

إدارة الفرص

الدليل التأسيسي والتشغيلي لمنظمات الأعمال



محمد شلبي
بدر البدر

إدارة الفرص

الدليل التأسيسي والتشغيلي لمنظمات الأعمال

محمد مصطفى عبد القادر شلابي

بدر بن حمود بن عبد العزيز البدر

العبيكان
Obekan

ح شركة العبيكان للتعليم، ١٤٣٦هـ

فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء النشر

شلبي، محمد

إدارة الفرص. الدليل التأسيسي والتشغيلي لمنظمات الأعمال. / محمد شلبي؛

بدر حمود البدر. - الرياض، ١٤٣٦هـ

١٣٦ ص؛ ١٤ × ٢١ سم.

ردمك: ٩٧٨-٦٠٣-٥٠٣-٨٥٤-٦

١- الاستثمار أ. البدر حمود (مؤلف مشارك) ب. العنوان

١٤٣٦ / ٩٢٦٩

ديوي ٣٣٢, ٦٧٨

حقوق الطباعة محفوظة للناشر

الطبعة الأولى

١٤٣٧هـ / ٢٠١٦م

الناشر العبيكان للنشر

المملكة العربية السعودية - الرياض - المحمدية - طريق الأمير تركي بن عبدالعزيز الأول

هاتف: ٤٨٠٨٦٥٤ فاكس: ٤٨٠٨٠٩٥ ص.ب: ٦٧٦٢٢ الرياض ١١٥١٧

موقعنا على الإنترنت

www.obeikanpublishing.com

متجر العبيكان على أبل

<http://itunes.apple.com/sa/app/obeikan-store>

امتياز التوزيع شركة مكتبة العبيكان

المملكة العربية السعودية - الرياض - المحمدية - طريق الأمير تركي بن عبدالعزيز الأول

هاتف: ٤٨٠٨٦٥٤ - فاكس: ٤٨٨٩٠٢٣ ص.ب: ٦٢٨٠٧ الرياض ١١٥٩٥

جميع الحقوق محفوظة للناشر. ولا يسمح بإعادة إصدار هذا الكتاب أو نقله في أي شكل أو واسطة، سواء أكانت إلكترونية أو ميكانيكية، بما في ذلك التصوير بالنسخ «فوتوكوبي»، أو التسجيل، أو التخزين والاسترجاع، دون إذن خطي من الناشر.



تصدير

نحن نعيش في عالم لا يقدم
أية ضمانات، بل يقدم
فرصاً فقط .

(مايكل ميكالكو)



المحتويات

- المقدمة ٩

القسم الأول: مفاهيم ومقاييس إدارة الفرص

- الفصل الأول: المدخل لإدارة الفرص ١٦
- الفصل الثاني: مقاييس إدارة الفرص ١٩
- الفصل الثالث: المصادر العشرة للفرص ٢٥

القسم الثاني: دورة إدارة الفرص

- الفصل الرابع: مرصد الأعمال وتقنيات الرصد ٥٣
- الفصل الخامس: تقنيات تحليل وتقييم الفرص ٦١
- الفصل السادس: من مرصد الأعمال إلى نماذج أعمال ٧٥
- الفصل السابع: تطبيق إدارة الفرص في المنظمات ٨٣

القسم الثالث: دراسة الحالة

- الفصل الثامن: دراسة حالة: دورة إدارة الفرص في

- باجنيد وشركاه ٩٥



- ورقة عمل: أوقفوا. ابدأوا في. استمروا في ١١٥

الملاحق

- ملحق (١) : الذكاء الاقتصادي ١٢٣
- ملحق (٢) : المقاييس والأدوات ١٣٣



المقدمة

إن إيجاد الربحية من الفرص حاجة أساسية لمنظمات الأعمال، وإذا عجزت إدارة العمل عن إيجاد أي فرص، فقد حان الوقت لتغييرها، وإذا فشل مديرو التسويق في تخيل منتجات وخدمات وبرامج ونظم جديدة، فلماذا ندفع لهم رواتب؟

بين انتهاز الفرص وإدارتها

نجد مديرين يقدرّون الابتكار في العمل، لكنهم لا يستثمرون في العمليات والتقنيات، لجعل الابتكار عملاً مؤسسياً، ونشاطاً اقتصادياً جيداً ومسئولاً!

وبعض الشركات قد تعقد جلسة أو أكثر من جلسات العصف الذهني أو تمويل برنامجاً تدريبياً لتنمية المهارات الابتكارية للإدارة العليا، أو تكتفي بتشجيع العاملين على طرح الاقتراحات والحلول لمشكلات العمل، لكن هذا غير كاف وغير مجد.

إن إنتاج الأفكار الجيدة، وتصميم الحلول والفرص، ينبغي أن يكون نشاطاً منظماً ومستمرّاً، وجزءاً من عملية إدارية إستراتيجية، مسئولة عن جمع الأفكار والفرص وتصنيفها وتطويرها بشكل مربح.

ويميل رجال الأعمال إلى استغلال الفرص أكثر من ميلهم إلى صنعها، وقلة من فرق الإدارة تكرر جزءاً من وقتها لإدارة الفرص، فالوقت والجهد مستنفد لدى قادة الأعمال في الاستجابة لمشكلات العمل، وإدارة العمليات اليومية، وهو ما اصطلح على تسميته بـ «فخ الكفاءة».

بإيجاز لا توجد في شركاتنا طريقة متبعة لتحليل الفرص، وتقييمها، وتحويلها إلى نماذج أعمال مربحة!

إن المساهمات المهمة في الابتكار التجاري تأتي من الشركات التي ترى فرصاً لا يراها الآخرون. وإن الشركات الكبيرة لا تنتهز الفرص، بل تنشيءها وتديرها.

وهدفنا من كتابة هذا الدليل التأسيسي التشغيلي هو أن نفعل في الفرصة ما فعله كل من دبليو إدواردز ديمينغ و جوزيف جوران في الجودة. كان هذان الرجلان أكثر من مرشدين، كانا بنائين... أسسا لإدارة الجودة واخترعا أدواتاً وطرقاً حولت الجودة إلى قدرة إستراتيجية، لا يخلو منها مكان للأعمال.

بين الإدراك المبكر للفرص والإدراك المتأخر

إذا انتظرنا أن تلوح الفرصة من تلقاء ذاتها، فهذا يعني أننا سنكون واحداً وسط الزحام، لكن إذا أدخلنا بعض العمل المنظم لرصد الفرص وتحليلها وتطويرها، فيمكن أن تضع شركتك في مقدمة الزحام،

لأن البحث المنظم في مصادر الفرص يعزز من فرصنا للإدراك المبكر، والحصول على ميزة تنافسية، بينما الإدراك المتأخر للفرص يزيد الأخطار، ويعرض مكاسبك لدرجة عالية من عدم الأمان.

اشتكى مارك توين مرة: «نادرًا ما كنت قادرًا على رؤية فرصة إلى أن تضيع مني». إنه قدر معظم المنظمات أن ترى منافسًا يأتي بشيء جديد كان يجب أن يفكروا فيه مسبقًا.

لدينا خياران: بين انتهاز الفرص وإدارتها، وبين الإدراك المتأخر للفرص والإدراك المبكر لها. نستطيع أن نبذل بعض الجهد المنظم في شركائنا، أو ننتظر فرصة تلوح في الأفق يومًا ما، ربما تمطر ذهبًا أو فضة!

نستطيع أن نلخص كل هذا الحديث في الأسئلة التالية:

- ◀ ما هي الفرصة؟
- ◀ ما هي مصادر الشركة للأفكار الخاصة بالفرص الجديدة؟
- ◀ كيف تستطيع منظمات الأعمال تنظيم نفسها داخليًا لإيجاد فرص أكثر؟
- ◀ كيف تستطيع الشركة أن تقيم وتختار من بين مجموعة من الفرص؟
- ◀ كيف تستطيع الشركة أن تستفيد وتستثمر بنجاح في فرصة جديدة؟
- ◀ كيف تستطيع الشركة تطوير درجة نجاحها في تدشين منتجات وخدمات جديدة؟

وإن كتلة المواد المنشورة والمكتوبة تقدم معالجات جزئية لموضوع الفرصة. ولعل أبرزها مؤسسة التواصل وكالة «فارجو» في فرنسا <http://fr.sindup.com/>، التي تقدم خدمات الرصد والبحث، مع القليل جدًا من مقاييس إدارة الفرص وأدواتها.

ولإيجاد الإجابات على هذه الأسئلة تحولنا إلى العلم ومنهجيته، لكتابة دليل تأسيسي لإدارة الفرص. وقمنا باختبار رؤيتنا وفرضياتنا، ومقاييس إدارة الفرص وأدواتها الواردة في القسم الثاني من الكتاب، وذلك من خلال دراسة حالة تطبيقية في شركة من شركات المحاسبة والمراجعة، العاملة في المملكة العربية السعودية، لتفعيل دورة استثمار كاملة لإدارة الفرص واختبارها في بيئة عمل عربية.



القسم الأول

مفاهيم ومقاييس إدارة الفرص

• خلاصة تنفيذية

إن التحول من انتهاز الفرص إلى إدارتها فكرة محورية للتأسيس لإدارة الفرص، وتشغيل نظام لتحديد الفرص وتوقعها وتطويرها، يعمل تلقائيًا، وإلى ما لا نهاية، كما تجدر الإشارة إلى بداية العمل في منظومة إدارة الفرص بالبحث المنظم في مصادر الفرص، (كما سنشرح لاحقًا) في الفصل الثالث.

1

الفصل

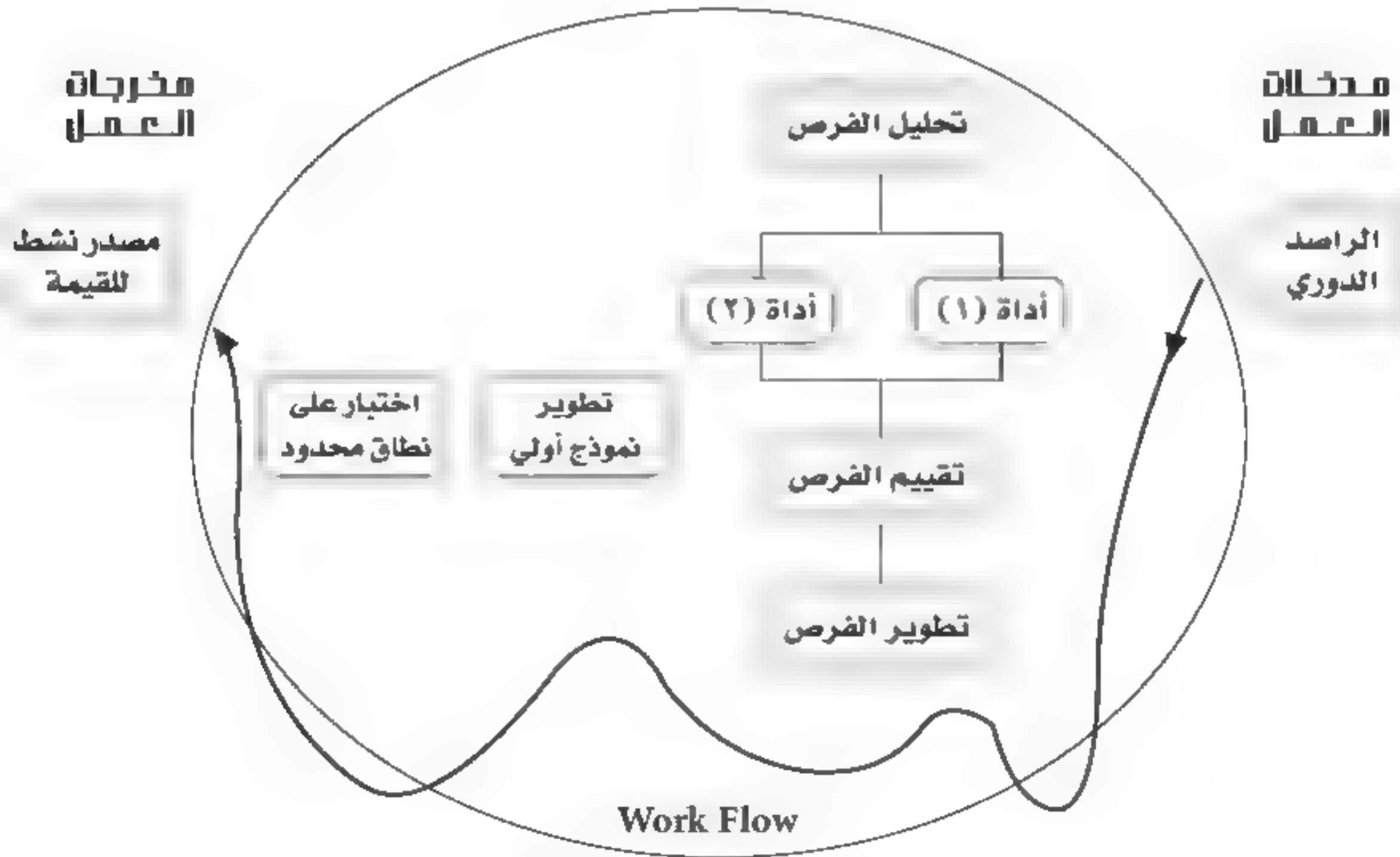
المدخل لإدارة الفحص

ما تقدمه هو نموذج قابل للتطبيق، لتحديد الفرص وتوقعها وتطويرها بشكل مربح، وإن تشغيل نظام رصد الفرص وتحليلها وتقييمها وتطويرها يبدأ بوضع معايير ومقاييس للاستثمار في إدارة الفرص، فما لا يمكن قياسه لا يمكن إدارته.

منظور عين الطائر لإدارة الفرص

نحن بصدد عملية إدارية، تدار كما تدار أي عملية إستراتيجية أخرى، وهي عملية تتسم بالاستمرارية والوضوح، فإدارة الفرص ليست عملية نقوم بها مرة واحدة. وما نقدمه من قيمة هو تأسيس وتشغيل نظام داخل الشركة، لتفعيل عملية إدارية مسئولة عن تحليل وتطوير واستثمار الفرص.

لدينا منظومة عمل لها مدخلات ومخرجات واضحة، كما هو موضح في مخطط العمل التالي:



(عملية إدارة الفرص، من البحث المنظم في مصادر الفرص الى تفعيل مصدر نشط للقيمة)

يبدأ العمل في منظومة إدارة الفرص بالبحث المنظم في مصادر الفرص، كما في الفصل الثالث: مصادر الفرص العشرة.

وتصدر نتائج البحث في تقرير الراصد الدوري، كما هو موضح في الفصل الرابع: مراصد الأعمال وتقنيات الرصد.

ويدير النظام سلسلة من النشاطات الإدارية لتحويل مدخلات العمل إلى مخرجات، وتشمل هذه السلسلة:

- معالجة مخرجات الراصد الدوري: تحليل الفرص وتقييمها، التي توفرها المتغيرات الجديدة (الفصل الخامس: تقنيات تحليل الفرص وتقييمها).

- تطوير الفرص: بتحويلها إلى نماذج أعمال Business Models (الفصل السادس: من مراصد الأعمال إلى نماذج الأعمال).

- تطوير نموذج أولي Prototype.
- إجراء اختبار للنموذج الأولي على نطاق محدود.
- إحراز نجاحات أو الحصول على عوائد مبكرة.
- إقفال دورة الاستثمار.



2

الفصل

إدارة الفرص: المفاهيم والمفاتيح

أولاً- المفاهيم

مفهوم الفرصة

الفرصة هنا متغير أو حدث داخل أو خارج العمل، يمكن أن ينتج عنه عمل إيجابي لشركتك، لذلك الفكرة هنا أن نكون إيجابيين نحو التغير، حيث يحدث فرصًا للتعلم والربحية.

مفهوم إدارة الفرص

إدارة الفرص هي عملية إدارية مسئولة عن رصد الفرص وتحليلها وتقييمها وتطويرها، بشكل مربح. وتدار كما تدار أي عملية إستراتيجية أخرى، وهي عملية تتسم بالاستمرارية والوضوح، خصوصًا فيما يتعلق:

١. بمعايير ومقاييس استثمارية محددة.
٢. البيانات حول متغيرات السوق أو الأسواق المستهدفة.
٣. الخطوات التي يجب اتباعها في عملية التنفيذ.
٤. الإطار الزمني لإنجاز المهام.

وما نقدمه هو تفعيل هذه العملية الإدارية من خلال تأسيس نظام وتشغيله لرصد الفرص وتحليلها وتطويرها وتسويقها.

مفهوم العمل في إدارة الفرص

- العمل في إدارة الفرص يقوم على استغلال التغيير داخل بيئة العمل وخارجها، وتحويل المتغيرات إلى فرص استثمار وقيادة وريادة فنية للسوق.
- إن منظورنا إلى التغير بصفته فرصة للتعلم والربح، ومعرفة بتقنيات الرصد والاستثمار للمتغيرات الجديدة صار اليوم ضرورة بقاء، وضرورة نجاح لنا في بيئة عمل متغيرة.
- المرجعية في إدارة الفرص هي الحقائق والمعطيات داخل وخارج بيئة العمل وليست آراء البعض منا. إن متغيرات السوق هي التي يجب أن تحكم العمل للربحية بشركائنا العربية، لكننا نجد في كثير من الأحيان أنه من الأسهل والأسرع الركون إلى فرضيات وخبرات مسبقة، بدلاً من بذل مزيد من الجهد المنظم، لتحديث معلوماتنا وتدقيقها. على سبيل المثال: الركون إلى فرضيات قديمة عن السوق والبناء عليها؛ ومنها فرضياتنا عن وصف السوق، والشرائح المستهدفة، وحاجات المستهلكين.
- كما لا توجد حلول جاهزة، فالفرصة الاستثمارية هي تجربة بحث ذاتية في مصادر الفرص العشرة، لا نعتمد فيها على آراء الغير والأفكار المستهلكة.

ملخص تنفيذي:

١. ما هي المتغيرات داخل بيئة العمل وخارجها؟
٢. ما هي الفرص التي تتيحها هذه التغيرات؟
٣. ما هي نماذج العمل التي يمكن أن تستثمر هذه المتغيرات بصورة مفيدة؟

ثانيًا- المقاييس

إن وضع معايير ومقاييس رقمية للاستثمار في إدارة الفرص هو ألف باء إدارة، فما لا يمكنك قياسه لا يمكنك إدارته.

معايير السوق ومقاييسه :-

١. حجم السوق: أن يكون للفرصة سوق مرتقب حجمه ٥٠ مليون ريال على الأقل، ودرجة نمو نسبتها ١٥٪.
- دراسة حالة من قطاع الصناعة، تطوير منتج، فيليب كوتلر
٢. يحقق المنتج على الأقل عائداً على المبيعات بنسبة ٣٠٪، وعلى الاستثمار بنسبة ٤٠٪.

المصدر السابق

٣. يكون بمقدور المنتج تحقيق ريادة فنية أو قيادة السوق.

المصدر السابق

٤. القابلية للامتداد: إمكانية التطبيق على سلسلة ممتدة من المنتجات والخدمات.
٥. القابلية للتصعيد: التركيز على أين سيكون السوق بدلاً من أين هو الآن.

معايير الاستثمار ومقاييسه :-

١. قيمة ربحية عالية وكلفة منخفضة High Value/Low Cost: على سبيل المثال، في السلع المعلوماتية غالباً ما يسمح بتسعير المنتج بمبلغ يفوق تكلفته الأساسية بـ ٨ إلى ١٠ أضعاف، فالمنتج الذي يباع بـ ١٠٠ ريال، لا يجب أن يكلفني أكثر من ١٠-١٢، ٥ ريال.
٢. معيار الندرة: سهولة تسويقها، وصعوبة تقليدها من قبل المنافسين Easy/Difficult، كذلك لا يجب أن تستغرق عملية التصنيع أو تلبية الطلبات أكثر من ٣-٤ أسابيع، كما لا يجب أن تستغرق عملية البيع أكثر من أسبوع إلى أسبوعين بدءاً من الاتفاق على أمر التوريد حتى شحن المنتج.

معايير الأداء ومقاييسه :-

١. إشباع حاجة اجتماعية لم يسبق إشباعها من قبل.
٢. إشباع حاجة قائمة، لكن بفعالية تزيد ٥ مرات عما عرفه المستفيدون من قبل.

3

الفصل

المصادر المستمرة للفرص

تقديم:

تسود قناعة بأن المصدر الرئيسي للفرصة هو الفجوة بين العرض والطلب لسلعة أو خدمة ما، لكننا سنرصد هنا مصادر أو نوافذ عشرة للفرص، للمشاريع تحت التأسيس، والمشاريع القائمة القابلة للنمو، وهي عشر مساحات للرصد والبحث المنظم.

مصادر الفرص داخل بيئة العمل:

١. النجاح غير المتوقع.
٢. الإخفاق غير المتوقع.
٣. التغير في بنية الصناعة والسوق.
٤. رصد تناقضات السوق.
٥. رصد الحاجة إلى طريقة.

مصادر الفرص خارج بيئة العمل:

١. التغير الديموغرافي.
٢. تغير الميول داخل المجتمع.
٣. التكنولوجيا المستجدة.
٤. الاتجاهات الجديدة.
٥. الأحداث غير المتوقعة.

ملاحظة: ستجد المصادر العشرة خالية من أي مصدر بشري... فالمرجعية في إدارة الأعمال هي حقائق ومتغيرات السوق، وليست آراء الغير أو مسلماتنا وفرضياتنا القديمة.

المصدر الأول التغير الديموغرافي

يشمل التغير الإحصائي تغيرات في السن والخلفية التعليمية ومستوى الدخل والتوزيع الجغرافي وعناصر أخرى لسلوك المستهلك. ولهذه العناصر أثر كبير في توجهات الشراء، ونوع المشتري، وكميات الشراء، ومن ثم فهي تحدد الوسائل التي سيستخدمها المشروع للترويج للمنتج، قنوات التوزيع له، سعره، طريقة تعبئته وتغليفه.

فكثير من المستثمرين لا يدركون أن التغيرات الإحصائية متنوعة ومؤثرة مثل التغيرات التكنولوجية.

ويعترف رجال الأعمال بأهمية الاتجاهات السكانية وديناميكياتها، ولكنهم يعتقدون بأنه لا يتعين عليهم أن يلتفتوا إليها في قراراتهم اليومية، اعتقاداً منهم بأن التحولات السكانية تحدث ببطء، وعلى مدى فترات زمنية طويلة وتأثيرها ضعيف على مشروعاتهم.

ماذا يمكن أن تفعل؟

١. إن تحليل التحولات الديموغرافية يبدأ بعدد السكان، ولكن عدد السكان هو أقل الأرقام أهمية، فتوزيع الأعمار أهم منه



بكثير، وبالمثل، فإن توزيع السكان حسب التحصيل العلمي مؤشر مهم أيضاً، ثم هناك التوزيع السكاني حسب المشاركة في القوة العاملة والوظائف والمهن، والتوزيع حسب الدخل.

٢. بعد القراءة في الإحصاءات وتحليل التحولات، يمكنك القيام بالاستغلال الناجح للتحولات السكانية.

المصدر الثاني

تغير الميول داخل المجتمع

مفاهيم الأفراد داخل المجتمع تتغير، وقد لا تتغير الحقائق، ولكن تفسير الناس لها يتغير. إن التحول نحو السيارة الصغيرة العملية، جاء نتيجة تغير في الإدراك، وكذلك المكان الذي يقضي الناس فيه الإجازة السنوية والأعمال الفنية والإكسسوارات الشخصية.

مثال: في السابق، كان الشاب يرتدي حذاء رياضة يصلح للعب الكرة والمشي والجري فوق الرمال وغيرها. واليوم هناك أنواع عديدة من الأحذية الرياضية، وبأسعار مضاعفة. وكل حذاء مخصص للعبة معينة. فهل هذه الأحذية مصممة فعلاً لتناسب لعبة معينة؟ ولكن مصانع الأحذية الرياضية أوجدت هذا المفهوم!

مثال آخر: مجلة الصحة الأمريكية وزعت ٢ مليون نسخة في عامين بسبب تغير في إدراك الناس فيما يخص الاهتمام بالصحة بشكل لم يسبق له نظير. وكأن كل شي يحمل في طيه مرض السرطان أو توقف القلب أو فقدان الذاكرة!

ومهما كانت مسببات هذا التغير الإدراكي، فقد أوجد فرصة لاستثمار ناجح وسوقاً جديدة للمجالات المتخصصة بالعناية الصحية.



اسأل هذه الأسئلة :

١. ما الذي يجب أن تفعله لتختبر مدركات ومفاهيم العملاء؟
٢. ما الذي تستطيع أن تفعله لتغيير مفهوم عملائك؟
٣. ما هي أفضل الوسائل لإدارة المفهوم المتعلق بمنتجاتي؟

المصدر الثالث

الاتجاهات الجديدة New Trends

الاتجاهات الجديدة هي مصادر جديدة للفرص. ويمكن هنا رصد ووصف العديد من الاتجاهات البيئية الجديدة؛ إعادة هندسة عمليات الإنتاج، إعادة الاستخدام والتدوير، مبادرات واستثمارات صديقة للبيئة.

١. صداقة البيئة:

الفرص المتاحة:-

- مصادر الطاقة النظيفة (الشمس، الرياح، ...).
- منتجات للاقتصاد في استهلاك المياه.
- ٢. إعادة الاستفادة من المواد المستعملة مجدداً.
- ٣. المنتجات العضوية ORGANIC PRODUCTS: فارق السعر بين الأغذية العضوية وغير العضوية أخذ في التناقص، مما يميل بالكفة لصالح الأغذية العضوية، خصوصاً عندما يقارن المستهلك بينها وبين تلك الأغذية غير العضوية في أثناء تسوقه.

الفرص المتاحة :-

- إنتاج المنتجات العضوية.
- توريد المنتجات العضوية للمطاعم والأسواق.
- استيراد وتصدير المنتجات العضوية.

المصدر الرابع

التكنولوجيا المستجدة New Technologies

الأيام القادمة ستأتي بتكنولوجيا جديدة، تغير طريقة حياتنا بشكل كامل. وهذه المستجدات القائمة على التكنولوجيا المتطورة هي فرص لاستثمارات ناجحة إذا ما أدرك المستثمرون الأذكاء ما ينتظرهم من أرباح عند تركيز استثماراتهم عليها.

تطبيقات:

عشر تكنولوجيات جديدة، تغير طريقة حياتنا بشكل كامل، وقام باستشراف هذه المستجدات خبراء معهد «باتيل» للأبحاث في مدينة «أوهايو» بالولايات المتحدة، وقدمها لقراء العربية كاتب المستقبلات/ راجي عنايت^(١). وتجدر الإشارة هنا لتاريخ النشر ١٩٩٧م لاختبار الرهان على التكنولوجيات المستجدة بعد مرور عقد من الزمان!

١- المنتجات الدوائية:

سيكون هناك ارتباط بين أبحاث الجينات أو الخصائص الوراثية، وبين صناعات الدواء. وستوفر هذه المنتجات علاجاً لعدد

(١) راجي عنايت، ١٠ استثمارات ناجحة للسنوات العشر القادمة، مجلة المصور، ١٤ فبراير ١٩٩٧، ص ٢٦.

من الأمراض من الحساسية إلى الإيدز خلال الحقبة القادمة. وسنشهد اكتشاف علاجات دوائية جديدة، من مرض هشاشة العظام إلى مرض الزهايمر إلى مجموعة من أمراض المخ المؤثرة على الأعصاب والأعضاء.

هذه العقاقير القائمة على أبحاث الجينات ستصبح جانباً من حياة معظم الأفراد وخلال العقد القادم، وسيحمل كل شخص بطاقة ذكية تتضمن بناءه الوراثي بالكامل، يحملها كلما توجه إلى الطبيب الذي يعتمد عليها في تحديد الدواء أو أساليب العلاج الأخرى.

٢- الكمبيوتر:

الكمبيوتر الشخصي الذي يستخدمه الإنسان في المكتب أو البيت، سيحل محله كمبيوتر تم تصميمه وفقاً للاحتياجات الشخصية والمزاج الشخصي. فهو كمبيوتر قوي محمول، يستقبل ويبث الرسائل اللاسلكية، ويتيح الوصول إلى المعلومات من أي مكان، يتعرف على صوت صاحبه، ويستجيب لأوامره، ويوفر تنوعاً من أدوات الأمن والخدمات.

عندما يفتح الشخص هذا الكمبيوتر الذي يظهر له آلياً أهم آخر الأنباء عن موضوعات اهتمامه. آخر أسعار السوق والعملات، أو تقريراً عن أوضاع المرور في المدينة، وأيسر السبل للانتقال من مكان إلى آخر، وآخر أخبار فريق كرة القدم الذي يشجعه صاحب الكمبيوتر، وسيزودك ببيان عن احتياجاتك الفعلية من الملابس أو الطعام، ويقترح

عليك الأماكن التي تحصل منها على احتياجاتك بأرخص الأسعار، ثم يتصل بهذه الأماكن ليصل ما تحتاجه إلى باب البيت.

وسيتضمن الكمبيوتر الشخصي وسائل أمان متطورة، تمنع أي شخص آخر من اقتحام بياناتك، أو متابعة اتصالاتك، أو التسلل إلى معاملتك المالية.

٣- السيارات متعددة أنواع الوقود:

ستعمل السيارة بنوعين أو أكثر من أنواع الوقود من أجل الوصول إلى الحد الأقصى من كفاءة السيارة، ومن أجل مراعاة معايير الحفاظ على البيئة ستعتمد السيارة على خليط من أنواع الوقود، مثل البنزين المعدل الخالي من عوادم الرصاص، والكهرباء، والغاز الطبيعي المضغوط.

تطور هذه السيارة الابتكارية يعتمد بشكل كبير على ثلاثة اشتراطات: القوانين والتنظيمات، ومستوى أسعار الوقود، ومدى التقدم في نظم الطاقة الكهربائية.

٤- تليفزيون الجيل القادم:

يتنبأ معهد باتيل للأبحاث أن تتحول شاشة التليفزيون إلى لوحة كبيرة معلقة على الحائط تعمل بالتحكم الرقمي، صورتها شديدة الوضوح أشبه بشاشة السينما.

وسيصبح التليفزيون أكثر من جهاز للتسلية، فهو يعمل في الوقت نفسه شاشة كمبيوتر، قادر على الاتصال، متبادل التأثير مع أجهزة الكمبيوتر الأخرى، يمكن الاعتماد عليه بصفته جهازاً لعقد المؤتمرات عن بعد. ونتيجة لهذا سنشهد توسعاً في نسبة العمل من البيت، عوضاً عن المكتب، وبرغم أننا نشهد تزايداً في هذا الاتجاه، إلا أن التكنولوجيا الجديدة ستضاعف من انتشاره.

٥- النقود الإلكترونية؛

هذا التطور لن يجعلنا نقتصر على العمل من البيت، بل سنمضي إلى الشراء من البيت أيضاً، سنعتمد على النقود الإلكترونية في كل شيء، من شراء زجاجة مياه غازية من آلة البيع الأوتوماتيكي، إلى عقد الصفقات العالمية من خلال الكمبيوتر.

عدد كبير من المؤسسات المالية بدأت سباقاً من أجل تطوير الاعتماد على النقود الإلكترونية، وقد انتهى معهد «بيتل» للأبحاث من تطوير نظام يمكن أن يستخدمه طلبة الكليات في دفع مصاريف الدراسة، ودفع نفقات غسيل وكي الملابس، وفي طلب الوجبات. كل هذا باستخدام ما يطلقون عليه اسم «البطاقة الذكية».

استخدامات البطاقة الذكية تتسع باستمرار، لتقوم بالعديد من المهام، كأن تستخدم مفتاحاً للبيت والسيارة، ورخصة للقيادة، وسجلاً طبياً لحاملها، إلى غير ذلك من الاستخدامات.

٦- الفريق الطبي المنزلي:

سيصبح في إمكان أي فرد أن يحظى بفريق طبي كامل مقيم بمنزله. ستكون أجهزة الرصد الصحي المنزلية سهلة في استخدامها على غير المختص، وقليلة التكلفة نسبيًا على سبيل المثال، فور تحليل البول أو الزفير، سيصبح بإمكان الشخص أن يتابع مجموعة من الوظائف الجسدية، يتعرف على مدى سلامة عمل الكبد، أو التبويض بالنسبة للمرأة، ومستوى الكولسترول، ونسبة السكر الهرمونات، بالإضافة إلى حالة الماء والأملاح والبوتاسيوم في الجسم. متابعة ورصد الحالة الصحية العامة، ستصبح في سهولة متابعة وزن الجسم. وفي الوقت نفسه ستتكفل هذه الأجهزة أيضًا باقتراح برامج التدريب الرياضية، ومكونات الوجبات، وأسلوب الحياة المصمم خصيصًا لكل فرد.

باختصار ستقوم هذه الأجهزة بكل الوظائف والمهام، التي يقوم بها حاليًا طبيب الأسرة، ولكن بتكلفة أقل مما هو حادث.

٧- الخرائط الذكية:

سيصبح من السهل تحديد أفضل المسارات داخل المدن وخارجها، مع التوسع في استخدام «أنظمة الرصد العالمية»، التي تعتمد على خرائط وبوصلات ذكية، تجمع البيانات من أقمار الاتصال الفضائية،

وتقدم للمسافر برًا أو بحرًا، أو الذي يهوى إقامة المعسكرات في المناطق النائية، كل ما يفيد عن موقعه واتجاه حركته.

ستتيح هذه الأنظمة لأي فرد أن يحدد موقعه الحالي في أي لحظة فوق خريطة الطرق، ثم تحدد له الطريق إلى أقرب صيدلية أو مطعم على سبيل المثال.

وفي الوقت نفسه سيتم تطوير هذه الأنظمة، لكي تستخدمها السيارات والشاحنات في رصد الأجسام الأخرى، التي على الطريق مما يمنع احتمالات التصادم.

سيصبح بالإمكان الاستفادة من أنظمة الرصد العالمية في جهود منع الجريمة، وذلك عن طريق إتاحة القدرة على رصد مكان واتجاه السيارات أو المتعلقات الثمينة عقب سرققتها، وكذلك سنتمكن من متابعة الموقع المحدد الذي يوجد فيه أطفالنا عند عودتهم من المدارس.

٨- الخامات الذكية :

سنصل خلال الحقبة القادمة إلى مواد بناء جديدة، تطلق تحذيرًا عندما ترصد ضغطًا زائدًا. ففي أعقاب الزلزال على سبيل المثال، ستغير الخامات المصنوعة منها الكباري أو البنايات الضخمة لونها، قبل أن تصبح الظروف غير آمنة، أو قد تبث إشارات إلى جهاز مركزي، يمكنه أن يستجيب بإشارات من جانبه، توضح لهذه الخامات كيفية الاستجابة

للضغوط الجديدة. كذلك ستصبح أجزاء السيارة قادرة على إعطاء تحذير مماثل، عندما تقترب من حافة الانهيار أو العطب.

هذه الخامات الذكية التي ستضمن أدوات حس إلكترونية مزروعة في بنائها الجزيئي، سيبدأ استخدامها في الكباري والطائرات ومباني المكاتب الضخمة، لكن انخفاض سعرها سيتيح التوسع في استخدامها في البيوت والسيارات، وربما في الملاعب.

وبفضل هذه الخامات الذكية، قد نصل إلى «رداء لجميع فصول السنة» سيتم تنفيذ ذلك الرداء بخامات ذكية تدفئ الجسد في الشتاء، وتصبح كالنسيج القطني الخفيف في حرارة الصيف.

٩ - التحكم في الوزن والشيخوخة؛

ستنشأ سوق واسعة للمنتجات التي تساعد على تخفيف بصمات الزمان على الأجساد، وسنصل خلال الحقبة القادمة إلى منتجات جديدة تجعل بصمات الزمن أقل إيلاماً.

والثابت أن التكنولوجيا الحديثة ستسمح لنا أن ننظر إلى ثمانينيات العمر بوصفها سنوات الراحة والنشاط والاستمتاع.

هذه التطورات الجديدة قد تتضمن عقاقير للتحكم في الوزن، تعتمد على آليات التحكم الطبيعية في الوزن التي في جسم الإنسان. كما قد تتضمن دهانات فعالة للتجاعيد وأطعمة متضاعفة القيمة الغذائية، مع علاج فعال للصلع.

العديد من هذه المنتجات ستعتمد مباشرة على أبحاث الجينات والخصائص الوراثية، متراوحة بين حل مشكلات الشعر والوزن، بمعالجة تعتمد على أبحاث الجينات، وبين فواكه وخضراوات جديدة عالية القيمة الغذائية من خلال تعديلات هندسة الجينات.

١٠ - منتجات لا يمتلكها أحد:

برغم أن هذا البند العاشر لا يشير إلى منتج وحيد أو محدد، إلا أنه يتصل بمؤشر يمكن أن يغير الطريقة، التي نمتلك بها العديد من المنتجات، وبصفة خاصة أجهزة الكمبيوتر والأجهزة المنزلية الأساسية، كالأفران وتكييف الهواء والفسالات والسخانات. خلال الحقبة القادمة سنتحول من شراء هذه الأجهزة إلى استئجارها أو شراء حق الانتفاع بها، سنشتري الوظيفة وليس الجهاز، ستبقى الملكية لدى المنتج أو الموزع، ويكون مسئولاً في الوقت نفسه عن الإصلاح والتجديد وتدوير المستهلكات.

هذا التوجه سيكون مسنداً باهتمامات وتنظيمات الحفاظ على البيئة، التي سيتاح لها أن تتوسع في عمليات إعادة التصنيع أو التدوير، بسبب التكلفة المنخفضة للإيجار، أو حق الاستخدام المؤقت. بسبب التسارع في التطورات التكنولوجية، مما يجعل الاستغناء عن المنتجات أسرع.

خير مثال لهذا أجهزة الكمبيوتر، التي ستصبح عتيقة قبل أن تنتهي من دفع ثمنها. الكمبيوتر الذي اشتريناه من ثماني سنوات بما



يصل ٣٠٠٠ دولار، نكون محظوظين لو أمكننا بيعه اليوم بخمسين دولارًا، وهنا تظهر حكمة وأفضلية الإيجار.

وفي مجال المرافق، يتم أيضًا تطوير البرامج إلى تسمح بتأجير الخدمات الغالية بنسبة قليلة من ثمنها. ومن المتوقع أن يستأجر الفرد «مجموعة بيئة البيت» من إحدى إدارات الخدمات، أو من أحد موزعي الطاقة، وهذا يوفر له درجات الحرارة والرطوبة المطلوبة، التي تناسب احتياجاته المحددة بالنسبة لكل حجرة من حجرات البيت.

وهذا يتفق مع التوجه العام الذي نمضي إليه، والذي يتضمن السعي إلى المنتجات، التي تقوم على التكنولوجيات المتطورة، والتي تجيء مصممة لتلبية الاحتياجات الخاصة لكل فرد.

المصدر الخامس أحداث غير متوقعة

بطبيعة الحال، فإن الشيء غير المتوقع يتطلب التصرف السريع. وسواء كان هذا الشيء إعادة تنظيم داخلي أو اضطراباً سياسياً جغرافياً أو إعلاناً من منافس، فإن المستثمر يسأل: «ماذا سيفيدني في هذا الشيء؟».

مثال: إن الاحتياجات الأمنية غير المتوقعة الناتجة عن الإرهاب - اختطاف الطائرات أو إدخال الأسلحة إلى الدوائر الحكومية والمباني الكبيرة، ولدت تطبيقات حديثة من آلات الكشف عن المعادن وأشعة X. وإذا نظرت إلى أسماء الآلات، فستدرك عدم وجود عدد كبير من الشركات المتنافسة. وسوف تجد أن السابقين إلى المجال يهيمنون على العمل.

اسأل الأسئلة التالية:

١. ما الذي تفعله لتحصل على المزايا بسرعة وذكاء من الأحداث غير المتوقعة؟
٢. كيف يمكن استغلال هذا الحدث أو الفعل في ظل منتجاتنا وخدماتنا الحالية؟



٣. هل نستطيع توفير منتج / خدمة إضافية تشبع حاجة ظهرت من خلال هذا الحدث؟

٤. ما هو الجانب في التشكيل الجديد، الذي لن ينتبه له معظم المنافسين؟

المصدر السادس

النجاح غير المتوقع

حين يتجاوز شيء خططنا أو توقعاتنا، فإن الاستجابة التقليدية تكون عادة: «لنعد لعملنا الرئيسي». لكن الاستجابة الابتكارية للنجاح غير المتوقع، هي أن تكتشف كيف تبني عليه مزايا أخرى.

قصة نجاح

قامت شركة رائدة بتزويد المستشفيات بخط جديد من أدوات الاختبار الإكلينيكي والبيولوجي، وحدث أن توالى الطلبات فجأة من المختبرات الصناعية والجامعية. ولم يتم إرسال أي بائع ليروج لهذا المنتج لدى الزبائن الجدد، ولكن قامت شركة أخرى بالحلول محل هذه الشركة في الأسواق الجديدة، كما تمكنت الشركة الجديدة وبسرعة من غزو سوق المستشفيات أيضاً، بخدمات أفضل وأسعار منخفضة عن الشركة السابقة في السوق.

كثيراً ما يغيب عنا استثمار النجاح المفاجئ، ولا يستغله أحد، وتكون نتيجة ذلك بأن يتمكن المنافسون من إدراكه واستثماره، ومن ثم جني ثماره!

اسأل السؤال التالي:

ما الشيء الذي نجح نجاحاً فاق توقعاتي، ومع ذلك لم أستثمره؟

المصدر السابع

الإخفاق غير المتوقع!

نتحدث هنا عن الفشل الكبير الذي تجد فيه نفسك تنحدر بسرعة، دون القدرة على أخذ أنفاسك. في معظم الحالات نستنزف أنفسنا في محاولة يائسة لضبط الأداء حسب المعيار المقبول، ولكن قلة منا يفكرون بهدوء لا بتكار سيناريوهات جديدة، بعد أن تعلموا من الإخفاق في المحاولة.

يتصرف معظم الناس كما لو أن الظروف الحالية ستستمر إلى ما لا نهاية، ولكن الفشل هو حقيقة في حياة الأفراد والنشاطات التجارية، ولا بد من فهمه بالصورة الصحيحة.

لا يوجد شيء اسمه فشل، إنما هناك نتائج فقط. وأنت دائماً تحقق نتيجة، وإذا لم تكن هذه النتيجة هي ما ترجوه، فبإمكانك أن تغير من أفعالك فقط، وستحقق نتائج جديدة.

والمهارة الحاسمة هنا هي كيف يمكن للأفراد استخدام الفشل بطريقة متحوّلة؟ أو كيفية الاستفادة من الفشل. نستطيع النظر إلى الفشل كتجربة في السياق العلمي. يمكن أن تكون النتيجة جيدة إذا استطاع هذا الفشل أن يعلمك شيئاً ما.

توماس واتسون يستثمر في خطأ كبير

«في سياق أو مجال التدريب»

سألني أحدهم أخيراً عما إذا كنت سأفصل أحد الموظفين عن العمل، والذي ارتكب خطأً كبيراً كبّد الشركة خسائر متعددة بست مئة ألف دولار، فأجبته: «كلا، لن أفصله، فقد كلفني ٦٠٠ ألف دولار في تدريبه».

«توماس جيه. واتسون» مؤسس أي. بي إم.

جرب السؤال التالي:

- ما الذي فشل فشلاً ذريعاً، بحيث نبهنا إلى حاجة أو سوق جديد، لم ننتبه إليه في السابق؟
- عند إصلاح الفشل، هل يمكن تجاوز مستوى الأداء السابق؟

المصدر الثامن

التغير في بنية الصناعة والسوق

«تفضل الشركات غالباً في معرفة أن أسواقها

تتغير كل خمس سنوات»

أستاذ التسويق / فيليب كوتلر

كان كوتلر كريماً في السنوات الخمس... تتغير طبيعة العمل أو السوق كل عام تقريباً. وهذه ظاهرة شائعة الآن، نتيجة التقنية والعملية. ومن بين الصناعات والأسواق التي تطورت الرعاية الصحية، الاتصالات، تقنية المعلومات والترفيه.

هل مشروعك في هذه المجالات المتجددة المتغيرة؟

ماذا يمكن أن تفعل؟

١. رصد المتغيرات الجارية أو المتوقع حدوثها في مجال مشروعك بالزيارة المنتظمة للموقع الإلكتروني لإحدى الدوريات المتخصصة في مجال عملك.
٢. زيارة يومية أو أسبوعية لمواقع معينة على شبكة الإنترنت، التي توفر خدمات الرصد والتحليل المستمر للمتغيرات الجديدة.

المصدر التاسع

رصد تناقضات السوق

◀ التناقض علامة على وجود فرصة!

◀ هناك أنماط عديدة من التناقض أو التعارض:

- ١- التناقض بين صناعة أو خدمة معينة وبين قيم المستهلكين وتوقعاتهم وآمالهم.
- ٢- التناقض بين الواقع والافتراضات المتعلقة به.
- ٣- التناقض الداخلي في تناغم وإيقاع طريقة معينة أو في منطقتها.
- ٤- التناقض بين الوقائع الاقتصادية لصناعة أو خدمة معينة.

تطبيقات: أسواق أسرع من التسويق!

الأسواق تتطور أسرع من علم التسويق. فقد أصبحت الأسواق على درجة عالية من التعقيد، وهي تتجه إلى مزيد من التشابك والتنوع والتشبع والتصارع بين المتنافسين. هناك فجوة بين السوق والتسويق. لسد هذه الفجوة لا بد أن يقترب التسويق من الأسواق، ليتوافق مع ما يجري من متغيرات في الأسواق الجديدة.



وفشل التسويق بسبب الافتراضات المسبقة القديمة عن أهم ثلاثة بنود في العملية التسويقية: (السوق، والمستهلكين، والاحتياجات).
بينما لا تنطلق تجارب التسويق الناجحة من أي افتراضات مسبقة.
فالنجاح في السوق المعاصر يعتمد على التفكير الحر لا التفكير النمطي.
فلم يكن أي من ممارسي التسويق يتوقع:

- دخول مشروبات مثل مشروب (رد بل) وغيره سوق المنشطات والفيتامينات.
- دخول منتجات الزبادي سوق السلع الغذائية للأطفال وسوق المشروبات المحلاة للصغار والكبار.
- دخول محطات التزود بالوقود سوق السوبر ماركت والوجبات السريعة.

وتعكس هذه التجارب الناجحة ابتعاداً كبيراً عن التفكير الرأسي النمطي، واستثماراً للتناقض بين الأسواق الجديدة والافتراضات القديمة.

المصدر العاشر

رصد الحاجة إلى طريقة

١. من المصادر الرئيسية لفرص السوق، عرض سلعة موجودة أو خدمة بطريقة مبتكرة.

٢. ويعتمد هذا على دراسة طريقة شراء العملاء، وعمل مسح لاحتياجاتهم، التي يعبرون عنها، وسؤال الأفراد الذين يستخدمون المنتج أو الخدمة عن وجود أي شكاوى أو إن كانت لديهم اقتراحات لتحسينها.

٣. بعض الأمثلة لما يمكن أن يقوله العملاء:

- أنا أكره صفوف الانتظار الطويلة في البنك.
- أحياناً لا أجد جهاز التحكم عن بعد الخاص بالتلفاز.
- تنتهي بطارية حاسبي المحمول بعد ٣ ساعات.
- مللت مساحة التخزين المحدودة المتاحة للبريد الإلكتروني.

وتشير مثل هذه الملاحظات التعليقات إلى حاجة معينة، وإلى وجود فرصة في السوق.

القسم الثاني

دورة إدارة الفرص

• خلاصة تنفيذية

هدفنا كان أن نفعل في الفرصة ما فعله كل من ديمينغ وجوران في الجودة، لتحويلها من شيء عشوائي انتهازي إلى عملية لا يخلو منها مكان، لذا تم تخصيص هذا القسم للعمليات والتقنية اللازمة، لتطبيق إدارة الفرص بشركتك، وتفعيل دورة استثمار وتسريعها، تبدأ بالعمل في مرصد الأعمال، وإصدار تقرير الرصد الأسبوعي عن مخرجات البحث المنظم في مصادر عشر للفرص داخل وخارج بيئة العمل، وتحليل الفرص التي توفرها هذه المخرجات وتقييمها، وتنتهي بتحويل الفرص إلى نماذج أعمال وتطبيقات، وفقاً لمعايير ومقاييس واضحة.

4

الفصل

مزامنة الأعمال وتقنيات البرمجة

تقديم:

أهم النشاطات الأولية لتطوير العمل وإدارة الفرص في شركتك هي المتابعة النشطة للمعلومات والمتغيرات في بيئة عمل متغيرة، وتشغيل مرصد الأعمال للرصد المستمر، والبحث المنظم في مصادر الفرص والإدراك المبكر لها، وتسريع الاستجابة لمتغيرات السوق والصناعة.

ما هي مرصد الأعمال؟ وكيف تعمل؟

مرصد الأعمال تتأسس كوحدة عمل داخلية Internal business unit أو فريق عمل مكلف يعمل على البحث المنظم في مصادر المعلومات، وذلك من خلال نظم رصد شبكية لإمداد المنظمة بتقارير دورية عن المتغيرات داخل وخارج بيئة العمل للإدراك المبكر للأخطار والفرص واستثمارها.

والبداية هي تنفيذ برنامج تأهيلي لفريق العمل بشركتك من أجل تشغيل كبائن رصد شبكية؛ وحدات رصد شبكية تغطي عشر مساحات للبحث هي عشر مصادر للفرصة.

تطبيق: تأسيس مرصد العبيكان للبحوث والتطوير وتشغيله بالرياض، المملكة العربية السعودية.

وتجدر الإشارة هنا إلى المنتج النهائي للبرنامج التأهيلي بالعبيكان، لتكون المهمة هي تحرير إصدار دورية، تعنى بمتغيرات صناعة النشر الجديدة، والمنتج هنا تقرير مكتبي دوري تحت اسم «الراصد الأسبوعي» عن مخرجات البحث في مصادر الفرص السبع لـ «بيتر دروكر»، كما قدمها في دراسة عن الابتكار وريادة المشاريع، وترجمت إلى العربية تحت عنوان «التجديد والمقاولة».

تقنيات الرصد المستخدمة :-

١. برمجيات للبحث الشامل في الإنترنت Searchware: لتخزين نتائج البحث ورفع قدرات الرصد.
٢. خرائط رصد يومية للمتابعة النشطة للمتغيرات ومخرجات الرصد.

تعبئة خرائط الرصد :-

تجدر الإشارة هنا إلى الاستخدام الوظيفي للإنترنت، للبحث في مصادر الفرص، وذلك من خلال مواقع متاحة على الشبكة، ومتخصصة للرصد في مجالات وقطاعات نوعية متعددة.

وتجد أكثر من رابط لرصد المتغيرات في قطاع النشر والترجمة في النموذج التالي لخرائط الرصد.

ويجري تعبئة خرائط العمل اليومية بكبائن الرصد، وتفرغ محتواها لاحقاً في تقرير دوري تحت مسمى «الراصد الأسبوعي».

خرائط الرصد

التاريخ:

الراصد:

المهام:

القسم:

مواقع الرصد:

TRENDS IN ELECTRONIC PUBLISHING

<http://www.publishingtrends.com>

Our e-publishing predictions for 2013

[http://www.guardian.co.uk/books/2012/dec/30/future-publishing-](http://www.guardian.co.uk/books/2012/dec/30/future-publishing-2013-predictions-digital)

[2013-predictions-digital](http://www.guardian.co.uk/books/2012/dec/30/future-publishing-2013-predictions-digital)

م	مخرجات الرصد	المطبوعات

تحرير الراصد الأسبوعي

التالي نموذج من الإصدارة التجريبية للراصد الأسبوعي لشركة «البيكان للنشر» ٢٠١٣ م

العدد ١ - السنة الأولى الاثنين ١/٧ / ٢٠١٣

الراصد الأسبوعي

خدمة دورية بالبريد الإلكتروني تعنى بالبحوث والتطوير

قسم النشر والترجمة

فاكس

-

هاتف

بريد إلكتروني:

تطالعون في هذا العدد:

المتغيرات داخل قطاع النشر والترجمة

- ◀ قصص نجاح غير متوقع.
- ◀ متغيرات السوق وصناعة النشر.
- ◀ الاتجاهات الجديدة New Trends

المتغيرات خارج القطاع

- ◀ التغيرات الإحصائية
- ◀ تغير المفهوم
- ◀ التطور السريع
- ◀ المعرفة الجديدة
- ◀ توليفات التكنولوجيا الجديدة
- ◀ أحداث طارئة

متغيرات قطاع النشر والترجمة

<http://>

❖ قصص نجاح غير متوقع

- بيع عدد ١٠٠٠ نسخة لشركة، لتوزيعها على الموظفين بمبادرة شخصية من مديرها ومالكها.

❖ مؤشر الفرصة:

- ما هي الأسواق والعملاء والعلاقات والفرص المتاحة الجديدة بعد هذا النجاح؟
- رصد التغيرات في الصناعة و/ أو في هيكل السوق.

<http://>

<http://www.voanews.com/content/us-bookstore-survives-changes-in-publishing-industry-130342888145538/.html>

US Bookstore Survives Changes in Publishing Industry

وظيفة مرشد المكتبة الشخصي، لمساعدة العملاء على بناء مجاميع كتب خاصة بمجال، أو اهتمام خاص للعميل، ويصحب المرشد العميل في جولة بالمكتبة والمخزون، ليسحب الكتب والمراجع، ويجمعها في رزم أو مكتبات صغيرة من أجل العميل.

Our e-publishing predictions for 2013

<http://www.guardian.co.uk/books/2012/dec/30/future-publishing-2013-predictions-digital>

١. انخفاض كلفة الكتاب الإلكتروني إلى أقل من كلفة فئجان قهوة اسبرسو single!

٢. طفرة في سوق النشر الذاتي Self-Publishing، ودخول كتابات وكتاب جدد إلى عالم النشر، وتوجه عدد من الناشرين إلى إطلاق خدمات النشر الذاتي.

٣. دور النشر الورقي ستصبح أكثر تجريبية وابتكارية، يمكننا متابعة تجارب Randoum House

blackcrownproject.com

٤. توجه عدد من الناشرين إلى إطلاق مبادرات لمجتمعات شبكية online communities على غرار Authonomy

👁 الاتجاهات الجديدة New Trends

<http://>

<http://www.clir.org/pubs/reports/pub115/sec3.html>

الطباعة حسب الطلب (٢٥-٢٠٠ نسخة) **Print-on- Demand**

انخفاض التكلفة الاقتصادية لأدوات الطباعة وبيروز التقنيات الجديدة: كالماسحات، سيسمح بظهور نمط جديد من النشر خلال السنتين القادمتين. ويتوازي هذا التطور مع التوسع في الإصدارات الإلكترونية للكتب.

5

الفصل

تقنيات تحليل العرض وتقييمها

تقديم:

نستطيع تقسيم الشركات إلى أربعة أنماط، مصنفة حسب القدرة على إدارة التغيير:

١. بعض الشركات تشارك في إجراء التحولات وصنعها.
٢. وهناك شركات لا تساهم في التحولات، ولا تستطيع التكيف معها.
٣. نمط شائع من الشركات يحاول التكيف مع المتغيرات.
٤. نمط من الشركات يواجه هذه التحولات بنجاح، ويحولها إلى استثمارات وفرص جديدة.

وهنا تلعب برامج وتقنيات إدارة الفرص دوراً رئيسياً في مساعدة مديري الشركات على استثمار التغير الجذري في مجال الأعمال.

المتغيرات حولنا هي فرص للتعلم والربح، لذا توجد حاجة إلى تقنيات وأدوات إجرائية للتحليل المنهجي للفرص، التي توفرها المتغيرات الجديدة أو الطارئة داخل أو خارج بيئة العمل.

تقنيات تحليل الفرص

إن صناعة الفرصة ليست صناعة سرية يختص بها بعض الموهوبين أو الباحثين، وعندما نتحدث عن صناعة، فلا مجال للحديث النظري عن الابتكار وأحاديث الوصايا والروايات، من أمثال: اعصف ذهنك، غير نمط حياتك. انظر حولك، صفات تميز المبدعين عن غيرهم.

إنّ صناعة الفرصة تعني لنا الحصول على فكرة مبتكرة، عندما نحتاج إليها بمساعدة تقنيات وبرامج متاحة للجميع. والمجال هنا لأسئلة، مثل: كيف نحصل على فكرة جيدة عندما نحتاج إليها؟ ما هي الإجراءات أو التصرفات Actions والخطوات الموصلة لهذا؟

ويمكننا الآن النظر إلى الفرص بوصفها منتجاً نهائياً لتقنيات إدارة الفرص. وهي خمس تقنيات للتحليل المنهجي للفرص، التي توفرها المتغيرات داخل وخارج بيئة العمل:

- ١- تحليل الخصائص.
- ٢- تحليل المتغيرات الإيجابية.
- ٣- تحليل عناصر الاختلاف.
- ٤- الاستثمار في متغير سلبي.
- ٥- تصميم سيناريوهات الفرصة.

وأفضل طريقة لمعرفة هذه التقنيات هي اختبارها خلال الممارسة والتطبيقات وقصص النجاح التالية...

تقنية «تحليل الخصائص»

إن الأحداث غير المتوقعة تجعل الناس عمومًا «يثبطون»، ويشعرون بالإحباط، لنتظر حتى تستقر الأمور... ويصبحون عمومًا محبطين. أما مديرو إدارة الفرص فإنهم يحاولون تحديد الخصائص التي يمكن استخدامها وتحليلها. إن المدير يسأل «كيف نفيد من هذا الشيء؟».

تطبيق:

مساحات الرصد

- المصدر الخامس من مصادر الفرصة (الأحداث غير المتوقعة)

التقنية المستخدمة

- تحليل الخصائص لا الآراء (فقط المعطيات والحقائق المستجدة).

قصة نجاح

بعد اعتداءات ١١ سبتمبر في الولايات المتحدة، حظر معظم المؤسسات السفر على موظفيها، وشهدت التنقلات بدافع العمل تراجعًا ملموسًا. وأدى الخوف من الطائفة إلى عودة الاهتمام بـ «مؤتمر الفيديو». واغتتم موقع «ياهو» هذه الفرصة، فأطلق خدمة مؤتمرات الفيديو عبر الإنترنت. وأفاد ناطق باسمه أن مصرف «دويتش بنك» سيكون أول زبائنها، وكان المصرف ألقى مؤتمرًا في ولاية أريزونا إثر الاعتداءات.

ماذا تفعل

- التعرف أكثر على الحدث بتحليل أبعاده وعناصره.
- البحث في استثمار عنصر أو خاصية والاستفادة منه.

تقنية «تحليل المتغيرات الإيجابية»

تطبيق:

مساحات الرصد

- الأحداث غير المتوقعة

الحدث

نتقل بالحدث الإرهابي من نيويورك إلى الرياض! المؤلف عايش
تفجير الوشم لانتحاري أوقع العديد من الضحايا من مراجعي إدارة
المرور بمنطقة الوشم بالعاصمة الرياض.

وفي ورشة عمل لإدارة الفرص في أوقات الأزمات، انقسم الحضور إلى
مجموعات عمل، لكتابة قائمة بالمزايا أو الملاحظات الإيجابية التي أحاطت
بالحدث، وانتهينا معاً إلى قائمة أولية للمتغيرات الإيجابية للحدث.

القائمة الأولية

- شعور وطني عام ضد العنف والإرهاب.
- اللحمة الشعبية وتعاطف عام مع المصابين.
- تصاعد الاهتمام بردم الفجوة الأمنية.
- اهتمام جديد بالشباب وتعليمه وتشغيله.



والخطوة الثانية لنا كانت استثمار عنصر من القائمة أو أكثر
وتحويله إلى مشروع فرصة جديدة!

التحول:

- مبادرة لشركة تأمين سعودية إنجليزية ألهمت الحضور في ورشة العمل لاستثمارها العنصر الأول والثاني في القائمة، بإعلانها عن تخصيص ومنح منسوبي إدارة المرور وثيقة تأمين، لتحوز الريادة في قطاع الأعمال لإدارة تأثيرات الإرهاب.

اصنعها بنفسك- ورقة عمل

الحدث:

•

التقنية المستخدمة:

• تحليل المتغيرات الإيجابية

الخطوات المتبعة:

١- كتابة قائمة بالمزايا أو الملاحظات الإيجابية التي أحاطت بالحدث.

القائمة الأولية
•

٢- استثمار عنصر من القائمة أو أكثر وتحويله إلى مشروع فرصة جديدة.

التحول:

• راسلنا بنتائج الاستثمار في حدث طارئ، وليس بالضرورة أن يكون تفجيراً!

shalabim@gmail.com

balbadr@gmail.com

التعلم والربح من الفشل

L(earn) Profit from Failure

مساحات الرصد

- المصدر السابع من المصادر العشر (الإخفاق غير المتوقع)

التقنية المستخدمة

- تقنية الاستثمار في متغير سلبي

.. اكتب هنا عن الفشل الكبير، الذي تجد فيه نفسك تنحدر
بسرعة، دون القدرة على أخذ نفسك!

قصة نجاح

ابتكرت شركة 3M أوراق تدوين الملاحظات الصفراء، التي
يمكن لصقها، ثم نزعها بعد أن فشل المستشار الكيميائي للشركة في
ابتكار أوراق لاصقة طويلة المدى. ولكنه اكتشف أن تلك الأوراق المؤقتة
التي ابتكرها بعد فشله في ابتكار اللاصق الدائم كانت هي المناسبة
تماماً، لتجعله يحتفظ بمنصبه الرفيع في الشركة.

أسئلة وأفعال

- عدم التوتر، واتخاذ قرار الإفادة من المتغير السلبي!

- البحث في استثمار المتغير السلبي في مجال، أو سياق مغاير، وسوف تساعدك الأسئلة:
 - ما الذي فشل فشلاً ذريعاً، بحيث ينبهنا إلى حاجة جديدة، أو سوق لم ننتبه إليها؟
 - بالرغم من أن هذا لم يكن هدفنا! هل لدينا هنا شيء جديد ومختلف؟
 - وهل هناك استخدامات أو استثمارات في سياق أو مجال آخر مناسب؟

مساحات الرصد

- المصدر الثالث: التكنولوجيات المستجدة

التقنية

- تحليل الخصائص

أفكار

السنوات القادمة ستأتي بتكنولوجيا جديدة، تغير طريقة حياتنا بشكل كامل، وهذه المستجدات القائمة على التكنولوجيا المتطورة هي فرص لاستثمارات مبتكرة ناجحة إذا ما أدرك المستثمرون الأذكاء ما ينتظرهم من أرباح عند تركيز استثماراتهم عليها.

ماذا تفعل؟

- ينبغي أن يوجد في كل شركة راصد للتقنية، يدرس ويخبر الإدارة بصفة منتظم بمستجدات التقنية.
- أو كما فعلت شركة سوني بتكليف فرق عمل أو شبكة خارجية لاستغلال تكنولوجيا جديدة.
- التعرف على الأساليب التي يمكن من خلالها تطبيق التقنية بهدف جعل خدمة العملاء أفضل، وأسرع، وأرخص، وأكثر اعتمادية.

مكملين!

نمضى معاً في دورة استثمار كاملة، تبدأ بتقرير مكتبي «الراصد الدوري» عن مخرجات البحث المنظم في مصادر عشرة للفرص داخل وخارج بيئة العمل، وتحليل الفرص التي توفرها هذه المخرجات، ونصل إلى تقييم الفرص وفقاً لمعايير ومقاييس استثمارية باستخدام تقنية رامب RAMP.

تقييم الفرص: تقنية RAMP

R – Return On Investment	✓ العائد على الاستثمار
A – Advantages	✓ المزايا
M – Market	✓ السوق
P – Potentials	✓ الاحتمالات

كيف نقوم بالتقييم؟

- بناء ٤ قوائم للأسئلة RAMP Lists لتقييم العائد على الاستثمار، المزايا، السوق، الاحتمالات.
- ٢٥ تقدير كمي لكل قائمة، ١٠٠ تقدير كلي للفرصة كما في الجدول التالي.

RAMP	Marks
R - Return on investment	25
A - Advantages	25
M - Market	25
P - Potential	25

العائد على الاستثمار R

- هل الإيرادات أعلى بكثير من التكاليف؟ # ١٥
 - كم طول مدة الاستثمار المطلوبة للوصول إلى نقطة التعادل؟ # ١٠
- قيمة كلية، ٢٥

المزايا A

- ما الأصول التي نحوزها لتقديم الخدمة الجديدة: عضوية مجددة، حقوق امتياز، رخصة معتمدة؟ # ٨

- ما هي فرص تفعيل قنوات اتصال جديدة لترويج الخدمات التوكيدية؟ # ٨
 - هل يتطلب تدشين الخدمات أصولاً رأسمالية كبيرة؟ # ٩
- قيمة كلية: ٢٥

M السوق

- ما حجم الإنفاق الكلي على الخدمات في أسواق مماثلة؟ وما هي مؤشرات النمو؟ # ٦
 - ما الحاجة الكبيرة التي سنغطيها في سوق خدمات الثقة؟ # ٧
 - من سنبيع لهم من مؤسسات ربحية وغير ربحية ودوائر حكومية؟ # ٦
 - هل توجد مؤشرات كافية لإدراك القيمة السعرية للخدمات؟ # ٦
- قيمة كلية: ٢٥

P الاحتمالات

- ما هي فرص تسريع النمو المتاحة؟ # ٨
 - هل تساعدنا الخدمات الجديدة للوصول لهدف إستراتيجي لشركتنا؟ # ٨
 - هل السوق جاهزة الآن للخدمات التوكيدية؟ # ٦
 - ما هي إمكانيات تطبيقها على سلسلة ممتدة من المنتجات والخدمات؟ # ٢
- قيمة كلية: ٢٥

كيف نقرر بناء على النتيجة؟

- إذا حصلنا على قيمة كلية إيجابية تنتقل إلى نقطة متقدمة في دورة الاستثمار، لتحويل الخدمات التوكيدية من فرصة إلى منتج قابل للتطبيق والنمو MVP.
- إذا حصلنا على قيمة كلية سلبية، تنتقل بالفرصة إلى أرشيف النظام بصفته رصيّدًا لسيناريوهات وخطط بديلة.





الفصل

من مرادف الأعمال إلى
نماذج الأعمال

تقديم:

إن تحويل الفرص إلى نماذج أعمال Business Models يدفع في اتجاه تطوير الفرص وتسريع دورة الاستثمار، لأن نموذج الأعمال هو تقنية فاعلة لتحويل الفرصة إلى مشروع أعمال غير رسمي، للمساعدة على اتخاذ قرار استثمار مبدئي.

ونستطيع أن نفعلها على النحو التالي:

- تعبئة نموذج الأعمال واختبار الفرضيات.
- تطوير نموذج أولي Prototype واختباره على نطاق محدود.
- النجاح وإسناد العمليات

التقنية

المخطط التالي نموذج الأعمال Business Model Canvas بصناده التسع www.businessmodelgeneration.com، ويمكنك النظر إلى نموذج الأعمال بوصفه تقنية لجني أرباح وعمل إيرادات من فكرتك المبتكرة.

الصناديق التسعة لنموذج الأعمال:

1. عرض القيمة
Value Proposition
ماذا نبيع؟
2. الفئات المستهدفة
Customer Segments
لمن نبيع؟ ومن هو عميلك النموذجي؟
3. قنوات الاتصال والتوزيع
Channels
كيف يمكننا الوصول للفئة المستهدفة بأقل التكاليف؟
4. العلاقات
Customer Relationships
كيف تبني علاقة لعميلك؟
5. العمليات
Key Activities
ما هي سلسلة إجراءات تصميم القيمة وإنتاجها وتوصيلها لفئات وشرائح المشروع؟
6. الموارد
Key Resources
ما هي القدرات والمهارات الضرورية لتطوير نموذج أولي Prototype؟
ما هي المتطلبات الأولية لعملية التصنيع والبيع؟
7. شركاء النجاح
Key Partners
مع من تتحالف؟
8. هيكلية التكاليف
Cost Structure
ما هي عناصر التكلفة المتوقعة وتوزيعاتها؟
9. مصادر الإيرادات
Revenue Streams
كيفية جني أرباح وعمل إيرادات من الفكرة؟ وما هي مصادر الدخل
طويل الأمد Long-term revenue sources

The Business Model Canvas

Designed for:

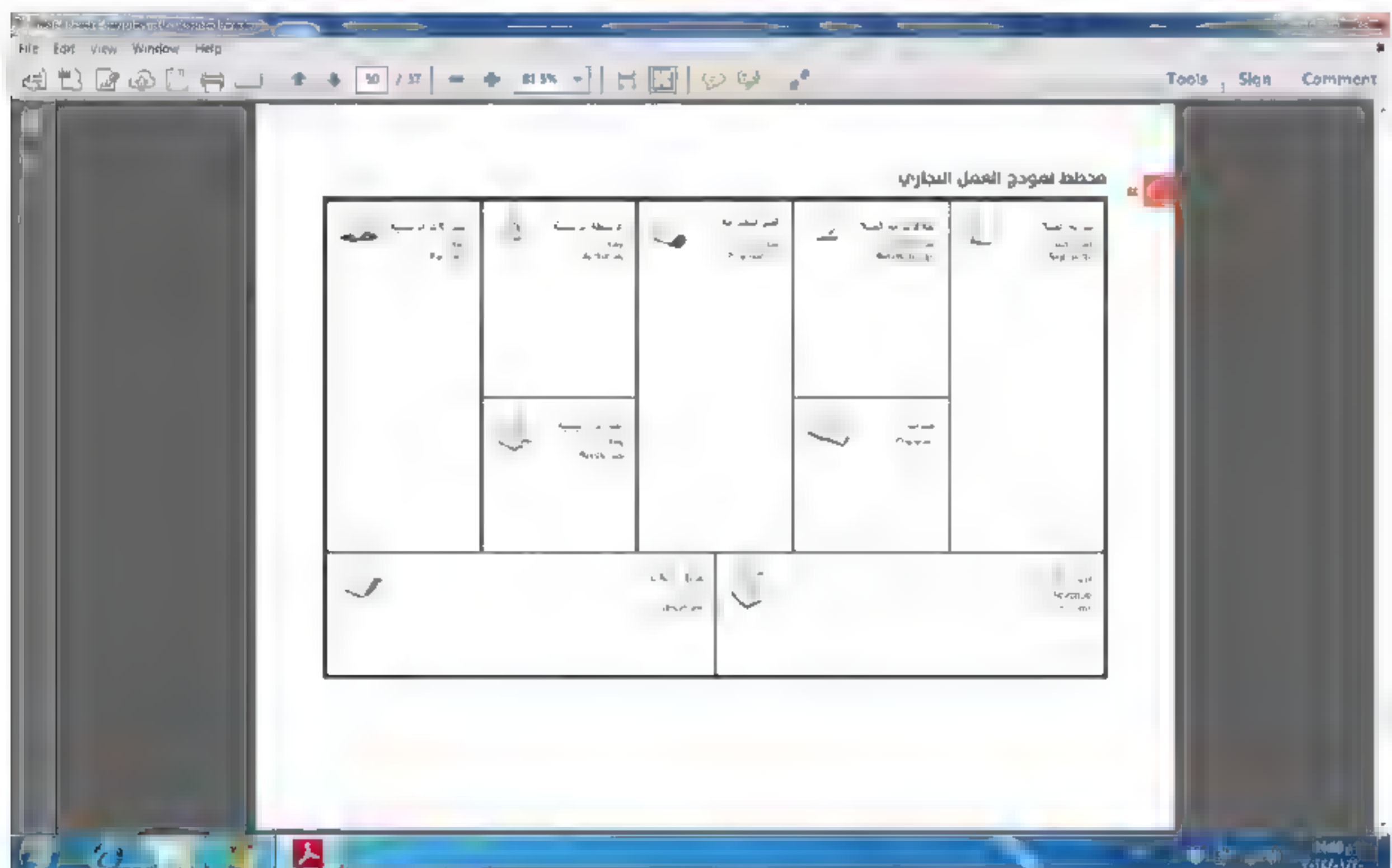
Designed by:

" "

Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments
	Key Resources		Channels	
Cost Structure		Revenue Streams		

www.businessmodelgeneration.com

www.businessmodelgeneration.com



المصدر: ابتكار نموذج العمل التجاري، ترجمة إسماعيل صالح، جبل عمان ناشرون ٢٠١٣، ص ٥٠.

تطبيق

- ابدأ مع فريق العمل بتعبئة الصناديق التسعة لنموذج الأعمال بفرضيات الفرصة حول عميلك النموذجي، قنوات الاتصال، شركاء النجاح.. إلخ.
- اخرج للعمل الحقيقي في الواقع الحقيقي، حيث يعيش عميلك، ويعمل لاختبار ما لديك من فرضيات نموذج الأعمال.
- عد مرة ثانية ورابعة لنموذج الأعمال لتطوير أو لتغيير فرضياتك!

تطوير نموذج أولي Prototype

- إن تطوير نموذج تجريبي لمشروعك يعد أهم المصادر التي ستعتمد عليها في عملك، لأنك ستستخدمه في العرض على المشترين المحتملين. وتساعدك ورقة العمل التالية على تجميع أفكار عن منتج جديد، لتطوير نموذج أولي لبيعه على نطاق تجريبي قبل تدشين المنتج!

مخطط المنتج الجديد Product Canvas

رؤية		الاسم التجاري
الفئات المستهدفة	الصورة الكبيرة	خصائص المنتج

اختبار المنتج في نطاق ضيق

إن العملية التجريبية قبل الشروع في العمل هي أساس اللعبة،
إن اختبار المنتج على نطاق محدود، يعني عملية تسويق غير مكلفة،
لاختبار رد فعل أو استجابة المستهلك لمنتج ما قبل عملية التصنيع.

ماذا تفعل؟

- يمكنك تحويل عرض القيمة بنموذج الأعمال، وما توفر
لديك من أفكار عن المنتج إلى مطوية Flyer. هذا سيحفزك
للتواصل مع عميلك الأول (عن تجربة شخصية تجدها
بالقسم الثالث) كما يدعمك في الخطوة التالية.
- بمجرد توافر النموذج الأولي أو العينة، توجه إلى معرض
تجاري متخصص في السوق التي تستهدفها، وبجانب
الاستفادة من التعقيب على منتجك في تلك المعارض،
وعروض طلب الشراء المحتملة، يمكن أن تقابل عددًا من
المصنعين الذين قد يتقدمون إليك بعروض تصنيع جيدة
لشركتك.



7

الفصل

تطبيق إدارة الفرص بـ شركتك

مقدمة

إن إنتاج الأفكار الجيدة، وتطوير الحلول والفرص ينبغي أن يكون نشاطاً منظماً ومستمرّاً، وجزءاً من عملية إدارية إستراتيجية، مسئولة عن جمع الأفكار والفرص وتصنيفها وتطويرها بشكل مربح.

من «التفكير من الداخل إلى الخارج»

إلى التفكير «من الخارج إلى الداخل»

لقد لعبت مقالة تيد ليفتس الكلاسيكية بعنوان «قصر النظر التسويقي»، وأسئلة بيتر دروكر الخمسة المشهورة دوراً مهماً في تدشين فكر جديد. غير أن سنين عديدة مرت قبل أن تبدأ أي شركات عملياً في التحول من التفكير «من الداخل إلى الخارج» إلى التفكير «من الخارج إلى الداخل». (كوتلر ٢٠٠٠).

إن التسويق بوصفه مصطلح أعمال، يعني أن أهداف أي مؤسسة تقع خارجها وليس داخلها. التسويق يقضي بأننا بحاجة إلى جهود منظمة، تساعدنا على فهم الخارج - المجتمع والاقتصاد والعملاء - واتخاذ ذلك الخارج أساساً لوضع الإستراتيجيات والسياسات الداخلية. ولكن التسويق في شركاتنا نادراً ما يفعل ذلك، بل صار مجرد أداة لدعم المبيعات. فلا يبدأ بالسؤال: «من هو العميل؟ وماذا يريد؟» بل يسأل: «ماذا نريد أن نبيع؟».

لقد أمضت إدارات الشركات عقودًا طويلة، وهي تركز على إدارة الداخل، وتتطلق من افتراض تقليدي، وهو: إن مهمة الإدارة الرئيسية هي تسيير دفعة الأمور داخل المنظمة.

وهذا الافتراض لم يعد صحيحًا، لأن تسيير دفعة الأمور هي إدارة قصيرة النظر، لا ترى أبعد من نوافذ وجدران الشركة.

ولأن كل رياح التغيير تهب على الشركات العربية من الخارج، فإنه على كل مؤسسة أن تفرس في تفاصيل أعمالها اليومية نشاطات ثلاثة مبتكرة تسيير في خطوط متوازية إلى ما لا نهاية، وهي:

١. التخلي (الاختياري) المنظم عن المنتجات والأسواق وقتوات التوزيع النمطية، التي لم تعد قادرة على تعظيم العائد.
٢. وضع نظام للتحسين المستمر يعمل تلقائيًا وإلى ما لا نهاية.
٣. وضع نظام لإدارة الفرص، لا سيما بعد تحقيق نجاحات ملموسة.

وندخر الأفضل للنهاية، لتحويل إدارة الفرص إلى عملية إدارية (روتينية) داخل شركتك.

تطوير نظام إدارة الفرص (Opportunity Management System (OMS

نبدأ بتحليل موجز لمنهجية العمل في تطوير نظام إدارة الفرص OMS، وتشتمل على العناصر الأربعة التالية:

١. وضع معايير واضحة للفرصة الجيدة لكل حالة.
٢. توصيف للنشاطات التي ستمكننا من النجاح.
٣. توظيف الأشخاص الأكفاء.
٤. البحث في أفضل التطبيقات ومواصلة التحسين المستمر.

منظومة العمل

فيما يلي محددات العمل في نظام إدارة الفرص:

• الراصد الدوري

الراصد الدوري هو نظام معلوماتي للبحث المنظم في مصادر الفرص، وذلك من خلال خرائط عمل يومية تغطي عشر مساحات للرصد هي مصادر عشرة للفرص.

• تحليل الفرص

يعمل النظام على دعم نظام المعلومات بخمس تقنيات للتحليل المنهجي للفرص التي توفرها المتغيرات الجديدة، كما توجد أكثر من آلية لمعالجة ما يوفره الراصد الأسبوعي من مخرجات، ومنها:

١. نماذج المهام لمجموعات التفكير Think Tanks.
٢. حلقات عمل دورية.

• تقييم وتطوير الفرص

يمكنك استخدام برنامج MS Project بصفته خيارًا متاحًا، أو غيره من برامج إدارة المشروعات، لتحويل الأفكار إلى برامج وخطط عمل، وإقفال دورة لإدارة الفرص، تبدأ من فكرة إلى مشروع غير رسمي، إلى مشروع رسمي، ثم إلى مصدر نشط للقيمة داخل المنظمة.

تقارير النظام:

- تقارير الراصد الأسبوعية.
- تقارير تحليل وتقييم الفرص.
- تقارير المتابعة لدورة إدارة الفرص.

النشاطات الإدارية

إدارة الفرص عملية إدارية، تدار كما تدار أي عملية أخرى في الشركة، والعملية الإدارية هي سلسلة من النشاطات الإدارية المترابطة، التي تحول مدخلات العمل إلى مخرجات، وتتوزع هذه النشاطات على أنماط ثلاثة:

• نشاطات عالية القيمة:

- + بحوث الفرصة.
- + تقييم الفرصة.
- + تسويق الفرصة.

- نشاطات روتينية:

+ نماذج المهام الوظيفية.

- نشاطات رقابية:

+ قياس النتائج المالية لعملية إدارة الفرص داخل الشركة.

تحليل للنشاطات الإدارية

- الراصد الأسبوعي بوصفه تقريراً مكتبياً عن مخرجات الرصد والبحث المنظم في مصادر الفرص.

- معالجة مخرجات الراصد الأسبوعي، وتحليل الفرص التي توفرها المتغيرات الجديدة.

- تقييم الفرص: باستخدام تقنية RAMP.

- تطوير الفرص: بتحويلها لنماذج أعمال Business Models.

- تطوير نموذج أولي Prototype.

- إجراء اختبار للمشروع على نطاق محدود.

- النجاح وإسناد العمليات.

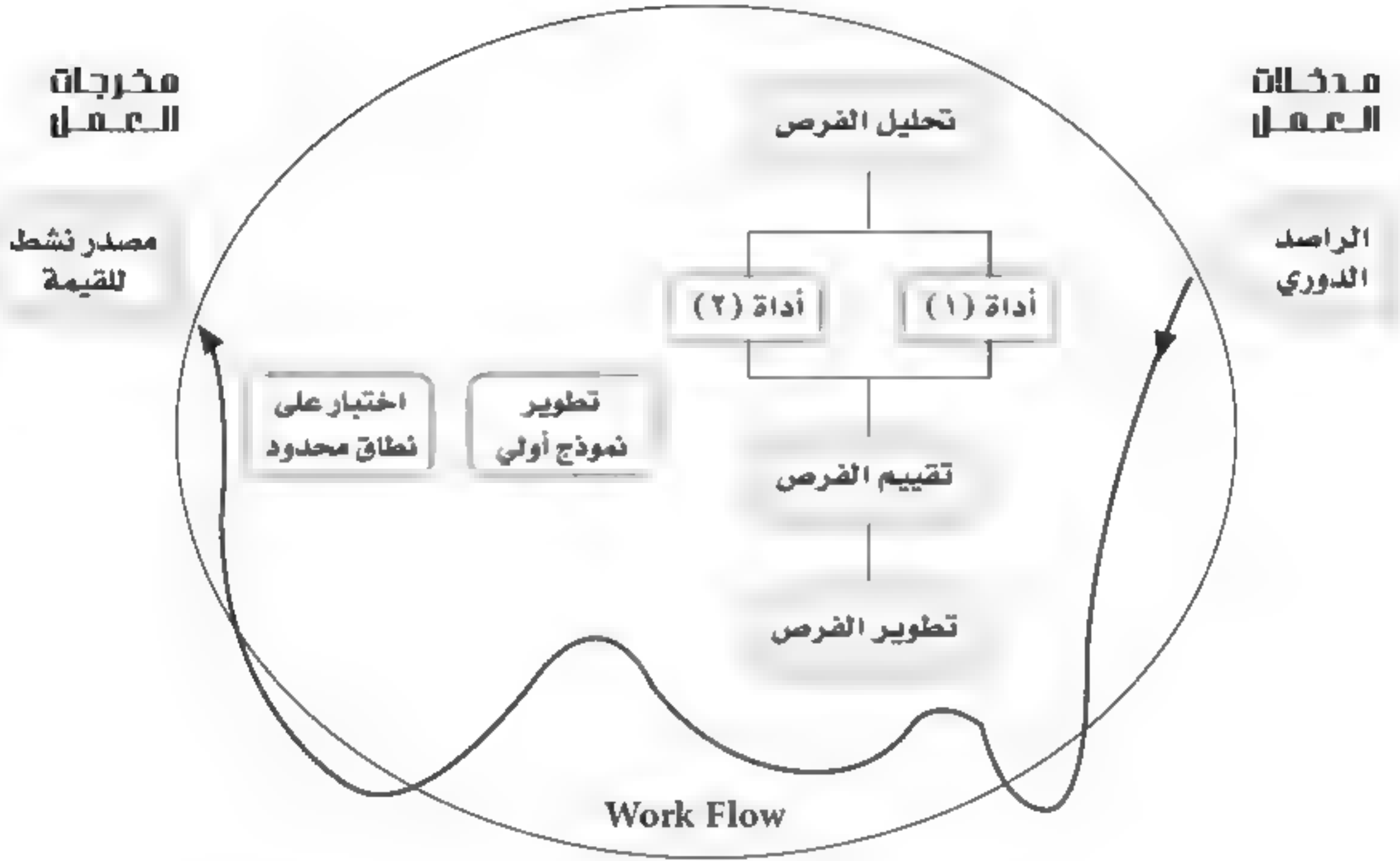
- إقفال دورة الاستثمار.

التالي مخطط عمل لتطبيق إدارة الفرص بشركتك.

إدارة الفرص

(خريطة توضح عناصرها ومسارها واتجاهها)

Process Map



(عملية إدارة الفرص: من البحث المنظم في مصادر الفرص الى تفعيل مصدر نشط للقيمة)

عناصر الندرة الثلاثة

- تحويل الابتكار وتطوير الأعمال إلى عمل مؤسسي في الشركة تتوفر له شروط ثلاثة، هي: أن يكون مربحاً، ومتاحاً عند الطلب، ويمكن التنبؤ بنتائجه.
- يوفر النظام مصادر عشرة للفرص داخل وخارج بيئة العمل.
- كما يوفر النظام المقاييس والتقنية، لتفعيل وتسريع دورة استثمار (١٠-١٢ أسبوع) لإدارة الفرص.

إلى أين بعد ذلك؟

حسنًا، نكره أن نفسد إحساسنا الضئيل بالرضا، أننا أنهينا مجموعة من العمليات التي تقوم بها شركتك، من أجل أن تكون يقظة على المحيط الذي تعمل فيه، سواء كان تكنولوجيًا، اجتماعيًا، واقتصاديًا، وطورنا بعض الأدوات لنساعدك على طريق تنمية قيادتك الخاصة وقيادة مؤسستك... لكن ضعها في حيز التطبيق، كما فعلنا في القسم التالي: دراسة حالة.



القسم الثالث

دراسة الحالة

قصة باجنيد وشركاه هي قصة واقع محاسبي عربي ملهم،
لإدارة البحوث والتطوير لخدمات مهنية مستقلة، تجمع بين
الشغف والإتقان والتفاني.

8

الفصل

دورة إدارة العرض في بافليند وشركاه

قصص للشجاعة والإلهام

بدأت قصة بمشوار لتلميذ اسمه أسعد صالح باسودان إلى مدرسته في حي «الملز» في المرحلة المتوسطة، هذا الحي الذي كان يشهد طفرة عمرانية، كان هذا الطالب يستقل الحافلة الشهيرة للعمال بالرياض (خط البلدة) للتنقل إلى مدرسته والعودة منها! ثم يواصل العمل في محل والده بشارع الخزان إلى المساء، ليعمل ويبيع وينجز واجباته المدرسية، بعد أن كسر قفصاً من ذهب لأقرانه من المترفين والكسالى!

تجده يبيع للزبائن منتجاً جديداً، قدمه الوالد لأول مرة في ذلك الوقت في صورة وصلات وأنايب من البلاستيك. وعندما يحوز الطالب الخريج أسعد باسودان على منحة حكومية للعمل محاسباً، تجده يعمل ثانية في المساء لواحد من الأربعة الكبار في المهنة، بعد أن عرض العمل لديهم بشغف محاسبي دون مقابل!

ثم تجده في مكتب بسيط فردي تأسس عام ١٩٨٥م، وتطور إلى شركة مهنية متخصصة بوجود شريك شغف هو الآخر بحب المهنة هو الأستاذ/ أحمد عبدالله باجنيد.

وبنى الشريكان خبرة مهنية ثرية من خلال التطور المعرفي والمهاري لفرق العمل، واستخدام التقنيات الحديثة، وتوفير الأدلة والمراجع المناسبة لقطاعات الأعمال المتنوعة.

«ابدأ صغيراً، ولكن بأفكار كبيرة»

وكانت نقطة التحول الأولى باتخاذ قرار تنويع الخدمات المهنية المقدمة من الشركة برؤية خاصة بهما، تشمل أركاناً أربعة، هي: الاتجاه الصحيح، وفي توقيت مناسب، وتحت مظلة رقابة نوعية عالية، وطموح إستراتيجي، هو تحقيق إنجازات ترتقي لتغطي المجالات المهنية المتعددة. وتساعد خط العمل والإثارة من شركة ناشئة إلى شركة عاملة في سوق مجال المراجعة والمحاسبة القانونية والاستشارات بالمملكة العربية السعودية رأسمالها سرعة الثقة.

ونرصد هنا معالم النمو لباجنيد وشركاه، وقصص نجاح استثنائي، منها:

١. الحصول على ثقة مستخدمي القوائم والتقارير المالية من عملاء وبنوك وجهات حكومية وغير حكومية.
٢. استقطاب خبراء ومستشارين لنجاحات العملاء.
٣. العضوية في شركة عالمية هي INPACT International.
٤. تشجيع المحاسبين والمحاسبات السعوديين على الالتحاق بالشركة، وتشجيع منسوبي المكتب للحصول على الزمالات المهنية.
٥. نمو العملاء وتطور الدخل وتنوع مصادره.

وتنتهي مع شركاء الشغف والنجاح في باجنيد وشركاه إلى متغيرات في بنية السوق والمهنة لأول مرة منذ خمسين عاماً، وجدل مثار عن بعض

المعالجات التي عصفت ببعض الشركات وبعض المكاتب المهنية، مما يضع المهنة والمكاتب المحلية العاملة بالمملكة في مفترق طرق للتعامل مع المتغيرات الجديدة من منظور الفرصة! المعقولة والمنافسة المحكومة بالمعايير الدولية.

تقديم لتطبيق باجنيد لإدارة الفرص

تحدثنا فيما سبق عن أهمية إدارة الفرص في نجاح المنشأة، ومن ثم دورة الاستثمار في إدارة الفرص.

وذلك لأن الفرص الجديدة والأفكار الاستثمارية النيرة لا ينبغي أن ينتظر أن تنبع من لحظة إلهام eureka مجردة، وإنما هي أدعى في النجاح إن كانت جزءاً من عملية إدارية منظمة، لإيجادها ووصفها وتقييمها وتطبيقها.

وهنا نقدم تطبيق دورة الاستثمار هذه في إدارة الفرص في منشأة محلية معينة. فلقد كانت دورة إدارة الفرص التي شرحنا عامة، وفي أثناء تطبيقها في المنشأة تم تخصيصها لتناسب وضع المنشأة وظروفها وحجمها والعائد المطلوب على هذا الاستثمار.

ففي هذه المنشأة مجال العمل هو المحاسبة والمراجعة. وهو عمل احترافي تخصصي، يغلب عليه الطابع الاستشاري.

وإدارة الفرص في منشأة مثل هذه مماثل لإدارة الفرص في الخدمات الاستشارية، ويختلف عن الأعمال الصناعية أو الإنتاجية الأخرى.

ففي هذه المنشأة اقتنعت القيادة بتطبيق إدارة الفرص
بالنهج التالي:

- رصد الفرص من خلال راصد باجنيد بوصفه تقريراً مكتبياً دورياً عن مخرجات الرصد، والبحث المنظم في مصادر الفرص.
- معالجة مخرجات الراصد، وتحليل الفرص التي توفرها المتغيرات الجديدة.
- تقييم فرصة باستخدام تقنية RAMP.
- المفاضلة بين الخيارات، واتخاذ قرار الاستثمار المبدئي.
- تجميع أفكار عن المنتج الجديد.
- اختبار المنتج على نطاق محدود.
- النجاح وإسناد العمليات.
- إقفال دورة الاستثمار في هذه الفرصة، والبدء في الدورة من جديد.

والتالي الإصدار الأولي لراصد باجنيد...

راصد باجنيد

خدمة دورية بالبريد الإلكتروني، تعنى بالبحوث والتطوير

قسم مراصد الأعمال

ص.ب 87293 الرياض 11642 هاتف +966 1 4630050 - فاكس +966 1 4630050

بريد إلكتروني: Rasid@bajco-cpa.com

رسلنا لكم في هذا العدد:

◀ المتغيرات داخل بيئة العمل

- آخر مستجدات المهنة
- الاتجاهات الجديدة New Trends

◀ المتغيرات خارج بيئة العمل

- التكنولوجيات الجديدة

◀ المهام الوظيفية

- البحث في Assurance Services
- البحث في Forensic Accounting

متغيرات داخل بيئة العمل

آخر مستجدات المهنة

New Trends

7 Trends in management accounting__

http://

http://www.youtube.com/watch?v=gRyW2_Ay2Cw

معايير جديدة لإثبات الإيرادات

The new accounting standard for revenue recognition

http://

<http://www.cpa2biz.com/AST/PricingStructureAssortments/Student/PricingStudent/PRDOVR~PC-746250/PC-746250.jsp?selectedFormat=Text#.VIIiNEPwuHU.emailDescription>

Latest News and Events

[Prince Sultan University Becomes First Middle Eastern University Approved by IMA's Higher Education Endorsement Program.](#)

http://

http://www.imanet.org/about_ima/news.aspx

المتغيرات خارج بيئة العمل

التكنولوجيات الجديدة

Top 10 Strategic Predictions for 2015 and Beyond #GartnerSYM
<http://>

<http://www.cmswire.com/cms/digital-marketing/top-10-strategic-predictions-for-2015-and-beyond-gartnersym-026749.php#null>

يقدم الرابط أعلاه تحليلاً لمستجدات التكنولوجيا من ملتقى دولي ولجان تقييم وتوصيات للاستثمار في المتغيرات الجديدة. + [Symposium/ITxpo 2014](#) محكمين

HR & Recruitment

1. By 2018, digital business require 50 percent less business process workers and 500 percent more key digital business jobs, compared to traditional models.

Recommendation: IT leaders should develop hiring practices to recruit for new non-traditional IT roles.

Peter Sondergaard, senior vice president and global head of research at Gartner noted some of these new roles in his [opening keynote](#) as integration specialists, digital business architects regulatory analysts risk professionals and attorneys.

Agility Management Services

7. By 2016, 70 percent of successful digital business models will rely on [deliberately unstable processes](#).

Recommendation: CIO's should create an agile, responsive workforce that is [ACCOUNTABLE](#), responsive and supports organizational liquidity.

المهام الوظيفية

• البحث في Assurance Services

Assurance Services: A White Paper for Providers

http://

https://www.aicpa.org/interestareas/frc/assuranceadvisoryservices/downloadabledocuments/asec_wp_providers_users_bi.pdf

Executive Summary:

Audience: Providers and users of business information who rely on the credibility of that information.

The AICPA Assurance Services Executive Committee developed this Paper to help educate providers and users of business information on the value And essential qualities of independent, third-party assurance services to increase Confidence in reported information. The paper identifies factors that should be considered in choosing a quality assurance provider.

• البحث في Forensic Accounting

ملاحظة للراصد،

لم يجد الراصد نتائج للبحث تحت مسمى المحاسبة القضائية في ويكيبيديا العربية، كما لم يجد الراصد العديد من الدراسات المتعمقة أو تقارير بالعربية عن المحاسبة القضائية.

تحليل الفرص

تقديم:

تجدر الإشارة إلى أن القائمة التالية هي خلاصة لحلقة عمل لتحليل الفرص، تم عقدها بعد صدور العدد الأول من الراصد الدوري لتحليل الفرص المتاحة.

المتغيرات حولنا هي فرص للتعليم والربح، لذا توجد حاجة إلى تقنيات وأدوات إجرائية لتحليل المنهج للفرص، التي توفرها المتغيرات الجديدة أو الطارئة داخل أو خارج بيئة العمل.

وأفضل طريقة لمعرفة هذه التقنيات هي اختبارها من خلال الممارسة والتطبيقات ودراسات الحالة.

وفيما يلي قائمة تحليلية لفرص استثمارية ثلاث، تدعم مركز باجنيد في سوق المراجعة، وتضعه في قائمة المكاتب العشرة الأولى المصنفة محلياً بوصفها هدفاً إستراتيجياً لدورة إدارة الفرص.

القائمة القصيرة

م	الفرص	توصيف	متابعات
١	الخدمات المستقبلية للمهنة Assurance Services	الخدمات التوكيدية لتحسين و ضمان جودة المعلومات ومحتواها لأغراض اتخاذ القرارات.	ورقة عمل
٢	الحوكمة في المؤسسات غير الربحية	فرص لتطوير دليل الحوكمة المؤسسية للجمعيات الخيرية.	
٣	المحاسبة القضائية Forensic Accounting	فرصة تقديم ورقة عمل في مايو ٢٠١٥ للتأسيس لنمط جديد من المحاسبة في عالمنا العربي.	

التالي توصيف وتوثيق لعملية لاحقة هي تقييم الفرص، ومرفق تقرير رامب RAMP لتقييم فرصة
أولى في القائمة.

تقرير تقييم فرصة

الفرصة: الاستثمار في تقديم الخدمات التوكيدية بمكتب الرياض.
نتيجة التقييم: قيمة كلية إيجابية ٨١٪

أداة التقييم: RAMP

R - Return On Investment	✓ العائد على الاستثمار
A - Advantages	✓ المزايا
M - Market	✓ السوق
P - Potentials	✓ الاحتمالات

كيف نقوم بالتقييم؟

- بناءً على قوائم للأسئلة RAMP Lists لتقييم العائد على الاستثمار، المزايا، السوق، الاحتمالات.
- ٢٥ تقدير كمي لكل قائمة، ١٠٠ تقدير كلي للفرصة كما في الجدول التالي.

RAMP	Marks
R - Return on investment	25
A - Advantages	25
M - Market	25
P - Potential	25

كيف نقرر بناء على النتيجة؟

- إذا حصلنا على قيمة كلية إيجابية ننتقل إلى نقطة متقدمة في دورة الاستثمار لتحويل الخدمات التوكيدية من فرصة إلى منتج قابل للتطبيق والنمو MVP.
- إذا حصلنا على قيمة كلية سلبية ننتقل بالفرصة إلى أرشيف النظام بصفته رصيذاً لسيناريوهات وخطط بديلة.

العائد على الاستثمار R

- هل الإيرادات أعلى بكثير من التكاليف؟ # ١٥
نعم، في رأس المال الفكري، تمثل الكلفة الكلية للاستثمار في الموارد البشرية ٥٠٪ من الإيرادات.
قيمة مقدرة: ١١
- كم طول فترة الاستثمار المطلوبة للوصول إلى نقطة التعادل؟ # ١٠
دورة استثمار أولية ٤-٦ أشهر
قيمة مقدرة: ١٠
قيمة كلية: ٢١

المزايا A

- ما الأصول التي نحوزها لتقديم الخدمة الجديدة: عضوية مجددة، حقوق امتياز، رخصة معتمدة؟ # ٨
نوفر رخصة معتمدة كما نوفر فرصاً لعضوية شبكات ومنظمات عالمية للخدمات التوكيدية.
قيمة مقدرة: ٦

- ما هي فرص تفعيل قنوات اتصال جديدة، لترويج الخدمات

التوكيدية؟ # ٨

نوضح فرصنا لعود خسرر سرر و سنقتطع بعضنا، لنستواصل
مع الشرائح المستهدفة.
قيمة مقدرة: ٦

- هل يتطلب تدشين الخدمات أصولاً رأسمالية كبيرة؟ # ٩

لا، فسنستمر في تطوير خدماتنا ونستمر في العمل
قيمة مقدرة: ٨
قيمة كلية: ٢٠

السوق M

- ما حجم الإنفاق الكلي على الخدمات في أسواق مماثلة؟ وما

هي مؤشرات النمو؟ # ٦

حجم سوق التأمين في السوق في الولايات المتحدة ٢٠١٣
The service assurance market generated USD2.93 billion in
revenue in 2013, up 7% from USD2.75 billion in 2012

قيمة مقدرة: ٤

- ما الحاجة الكبيرة التي سنغطيها في سوق خدمات الثقة؟ # ٧

نحدد ونحدد حجم السوق ونحدد حجم السوق
قيمة مقدرة: ٧

- من سنبيع لهم من مؤسسات ربحية وغير ربحية ودوائر حكومية؟ # ٦

الشركات العاملة في الشركات الربحية في السوق ٣٠ ٥٠
قيمة مقدرة: ٥

• هل توجد مؤشرات كافية لإدراك القيمة السعرية للخدمات؟ # ٦

نعم، خدمات تحسين البناء في المعلومات المتوفرة هي خدمات مصدر مالي لدى منحة المركز، الرصيد في المؤسسة الربحية وفي الدوائر الحكومية.
قيمة مقدرة: ٤

قيمة كلية: ٢٠

الاحتمالات P

• ما هي فرص تسريع النمو المتاحة؟ # ٨

فرص تقديم الخدمات لتركيبات لسيور لخدمات الكبريت
قيمة مقدرة: ٦

• هل تساعدنا الخدمات الجديدة للوصول لهدف إستراتيجي

لشركتنا؟ # ٨

نعم، من فرصنا في خدمة مركزنا على الساردود السوي.
وبصعنا في خدمة المكاتب العسرة الأولى المستند محباً
قيمة مقدرة: ٨

• هل السوق جاهز الآن للخدمات التوكيدية؟ # ٦

نعم، لتعريف موقوفات المعارف المسحومة من قبل سراج
مستهدفة من المستثمرين والمساهمين.
قيمة مقدرة: ٤

• ما هي إمكانية تطبيقها على سلسلة ممتدة من المنتجات والخدمات؟ # ٣

نعم، خدمات جسد لمرجعين لخارجيين إلى جانب
مراجعة القوائم المالية السنوية.
قيمة مقدرة: ٢

قيمة كلية: ٢٠

التالي تقديم لعملية توثيق تجريبي لفرصة.

تصميم قاعدة بيانات العملاء لخدمات الثقة التوكيدية

تبدأ عملية بيع المنتج MVP Selling على نطاق تجريبي ببناء قاعدة بيانات للعملاء client base لاختبار المشكلة لدى عدد ١٠ عملاء من إجمالي ٣٣ عميلاً.

ويشمل تصميم قاعدة العملاء: بنود بيانات الاتصال، وبنود البيانات التقنية الخاصة بنظم المعلومات المطبقة، ومواقع التجارة الإلكترونية.

كما تجدر الإشارة إلى العميل النموذجي في الشرائح التالية:

١. الدوائر الحكومية التي تقدم خدمات الحكومة الإلكترونية.
٢. الشركات التي تستثمر في التجارة الإلكترونية للحصول على أوامر الشراء أو للدفع المباشر.
٣. الشركات العائلية.
٤. الشركات الرائدة في قطاع الاتصالات وتقنية المعلومات.

ومرفق ورقة العمل للمقابلة الشخصية مع العملاء لاختبار المشكلة لديهم، حيث يقوم العميل بإعادة ترتيب قائمة المشكلات.

اختبار المشكلة

ورقة عمل

م	مشكلات معلوماتية	حلول اليوم	حلول جديدة
١.	الثقة في جودة المعلومات المتداولة من خلال نظم المعلومات.		مراجعة جودة البيانات.
٢.	المراجعة المستقلة للبنية المعلوماتية شاملة تحليل نقاط الضعف والقوة.		خدمات أمن البنية التحتية المعلوماتية.
٣.	خدمات توكيدية مستقلة للمعلومات المالية.		خدمات فحص المعلومات المالية الفترية.
٤.	تطبيق لنظام معلوماتي جديد، وتريد إعادة النظر في الضوابط.		مراجعة مقاييس وأمن الكمبيوتر وقواعد البيانات.
٥.	العناية الخاصة بنظم وضوابط التحويلات الإلكترونية.		العناية الواجبة الدورية بالنظم والضوابط.

تقرير الزيارة

العميل الأول: شركة التقنية للاتصالات
تاريخ وتوقيت الزيارة: الأحد ٢٠١٥/٤/١٢
١٠:٤٥ - ١١:٢٠ ص

العميل: نائب رئيس مجلس الإدارة

فريق العمل الزائر:

١. هيمن رؤوف، مدير إدارة الاستشارات
٢. محمد شلبي، استشاري تطوير الأعمال

هدف الزيارة:

١. اختبار المشكلة لدى العميل.
٢. اختبار الحل النموذجي من منظور العميل.

مخرجات الزيارة:

١. العميل مهتم فقط بالموقع التجاري لخدمات «علم»: مفيد وتم، بفرض الاستحواذ على ثقة شركة «علم» والعملاء.
٢. العميل يعتمد على خبرته وحده في تدقيق المعلومات المتداولة لاتخاذ القرار، ويستحسن العميل فقط توفير معايير وتقنية لتعزيز درجة الموثوقية في المعلومات، ولا توجد ضرورة ملحة هنا مقارنة بالموقع التجاري!
٢. العميل أبدى استعداداً لترتيب عرض من ٧ شرائح في شهر رمضان أو بعد أجازة العيد مباشرة.

تقييم الاستشاري:

١. توجد فرصة أكبر في مبيعات الثقة للمواقع التجارية Web Trust.
٢. لدينا صعوبات في مبيعات الثقة لنظم المعلومات Sys Trust، ونحتاج إلى صياغة جديدة لعرض القيمة المقدمة.
٣. نائب رئيس مجلس الإدارة، ربما نجح في تحويل المنظور إلى منطقة عمل لمبيعات الثقة لنظم المعلومات، لتبدأ من مرحلة تطوير النظام المعلوماتي وفقاً لمعايير ومقاييس تشبه كود البناء في القطاع العقاري.

تدشين المنتج الجديد

✓ تطوير مطوية لتقديم المنتج «خدمات توكيد الثقة»، ويشتمل على:

١. المزايا والمنافع التي يحصل عليها العميل.

٢. مبادئ ومعايير العمل في خدمات الثقة.

٣. منهجية العمل في الاستشارات.

٤. عنصر الندرة في الحلول المقدمة.

✓ بناء شبكة دعم من تحالفات السوف مع منظمات مهنية وشراكات دولية.

✓ الترتيب لفعالية تدشين خدمات الثقة، والصفحة الخاصة بها على

موقع الشركة الإلكتروني.

توثيق دراسة الحالة

اسم المنشأة: أحمد عبدالله باجنيد وشركاه

النشاط التجاري: مراجعون ومحاسبون قانونيون ومستشارون

موقع المنشأة: الرياض-المملكة العربية السعودية

ص.ب ٨٧٢٩٣ الرياض ١١٦٤٢

عضوية المنظمات والجمعيات الدولية

• عضو مجموعة IMPACT International

الإطار الزمني لدورة الاستثمار: ٢٠١٤/١٢/٦ - ٢٠١٥/٢/٦

أوقفوا. ابدأوا في.

استمروا في

ورقة عمل

والآن... أنت تبدأ مدة جديدة بعد قراءة في دليل ميداني...
نرجو أن تفكر معنا في حال مؤسستك، وتقرر ما تريد أن يتوقف فوراً،
وما يجب أن تبدأ في تنفيذه، وأيضاً الجوانب التي ترى أن تستمر في
المؤسسة على حالها أو تطويرها.

١. يجب أن أوقف فوراً:

.....
.....
.....
.....

٢. يجب أن أبدأ فوراً في:

.....
.....
.....
.....

٣. ويجب أن تستمر مؤسستنا في:

.....
.....
.....
.....

مراجع ومواد إثرائية

المراجع الأجنبية :

Online Ref.

International Experiments:

<http://fr.sindup.com/>

Books:

Serious Creativity: Using the Power of Lateral Thinking to Create New Ideas. by Edward de Bono (Harper-Collins 1992 .)

Edward de Bono is prolific writer on the topic of thinking in general and creative thinking in particular. Part 1 of this text will introduce you to such classic de Bono-isms as «lateral thinking» and the «self-organizing mechanism of mind.» Though de Bono never refers directly to the research from the cognitive sciences, you will find his work consistent with it. Part 2 covers tools and techniques for creative thinking ,while part 3 discusses issues of organization-wide creative thinking. de Bono's style is crisp, sometimes too crisp ,but the book is fun to read.

101 Creative Problem Solving Techniques: The Handbook of New Ideas for Business. by James M. Higgins (New Management Publishing Company, 1994)

This is my favorite catalogue of creative thinking tools. Each of the 101 tools is explained in detail; the book will provide you with plenty of food for thought. The presentation is organized around the Creative Problem Solving (CPS) model, but the translation to the directed creativity model we present here is easy.

Idea Power: Techniques and Resources to Unleash the Creativity in Your Organization. by Arthur VanGundy (American Management Association, 1992).

Like the Higgins' book cited above, this is another great catalogue of tools. In addition, VanGundy has more to say about group and organizational creativity. The Appendix alone justifies the cost of the book. It contains an exhaustive list of videotapes, training programs, and software for creative thinking.

الملاحق

ملحق (١) : الذكاء الاقتصادي

تقديم

نحن في عالم الذكاء الاقتصادي اليوم، وهو عالم من المتغيرات المتسارعة والفرص التي توفرها المتغيرات الجديدة. وسلسلة نشاطات إدارة الفرص هي نوع من نشاطات الذكاء الاقتصادي، وخصصنا هذا الملحق لتقديم هذه السلسلة من النشاطات الإدارية وأوراق عمل لأدوات وتقنيات داعمة لتشغيل وتأسيس نظام لإدارة الفرص.

من دراسة السوق إلى اليقظة الاستراتيجية

في الماضي كنا نتكلم ونكتب عن دراسة السوق، الآن... يتحول المفهوم إلى اليقظة الاستراتيجية وتطبيقاتها. ومن أدوات اليقظة الاستراتيجية غير المكلفة، استخدام تقنية للرصد والمراقبة التجارية.

تقنيات المراقبة التجارية

نبدأ بمعايير استخدام تقنية المراقبة التجارية:

١. معيار القطاع: كثافة المعلومات المتداولة بالقطاع وسرعة تقادمها.
٢. معيار مؤسسي: الأنظمة التشاركية المتاحة بالمؤسسة لإسهام العاملين في تشغيل مستدام لنظام للرصد والبحث المنظم في مصادر الفرص.

أوراق العمل

تجدر الإشارة هنا إلى الاستخدام الوظيفي للإنترنت، للبحث في مصادر الفرص، وذلك من خلال مواقع متاحة على الشبكة، ومتخصصة للرصد في مجالات وقطاعات نوعية متعددة. ويجري تعبئة خرائط عمل يومية بكمائن الرصد، وتفريغ محتواها لاحقاً في تقرير مجمع دوري «تقرير الراصد».

المجموعة الأولى من أوراق العمل:

١. خرائط الرصد.
٢. تقرير الراصد الدوري.

خرائط الرصد

التاريخ:

الراصد:

المهام:

القسم:

مواقع الرصد:

http://

م	مخرجات الرصد	المطبوعات

تقرير الراصد

خدمة دورية بالبريد الإلكتروني، تعنى بالبحوث والتطوير

هاتف - فاكس
بريد إلكتروني:

تطالعون في هذا العدد:

المتغيرات داخل القطاع

- قصص نجاح غير متوقع
- متغيرات السوق والصناعة
- الاتجاهات الجديدة New Trends

المتغيرات خارج القطاع

- التغيرات الإحصائية
- تغير المفاهيم
- مستجدات التكنولوجيا
- أحداث طارئة

متغيرات القطاع

<http://>

❑ قصص نجاح غير متوقع.

مؤشر الفرصة:

- ما هي الأسواق والعملاء والعلاقات والفرص المتاحة الجديدة بعد هذا النجاح؟
- رصد التغيرات في الصناعة و/ أو في هيكل السوق

<http://>

دورة إدارة الفرص

يبدأ العمل في منظومة إدارة الفرص بالبحث المنظم في مصادر الفرصة وتعبئة خرائط الرصد، وتفريغ نتائج الرصد في تقرير الراصد الدوري.

ويدير النظام سلسلة من النشاطات الإدارية لمعالجة نتائج البحث في مصادر الفرص، وتشمل هذه السلسلة:

- معالجة محتويات الراصد الدوري: تحليل وتقييم الفرص التي توفرها المتغيرات الجديدة (تقنية رامب لتقييم الفرص).
- تطوير الفرص: بتحويلها لنماذج أعمال Business Models.
- تطوير نموذج أولي Prototype.
- إجراء اختبار للنموذج الأولي على نطاق محدود.
- إحراز نجاحات أو الحصول على عوائد مبكرة.
- إقفال دورة الاستثمار (الإطار الزمني للدورة ١٠ أسابيع).

المجموعة الثانية من أوراق العمل:

١. تقنية تقييم الفرص رامب RAMP
٢. مخطط نموذج العمل التجاري Business Model Canvas
٣. مخطط النموذج الأولي Product Canvas

تقنية RAMP

R - Return On Investment	✓ العائد على الاستثمار
A - Advantages	✓ المزايا
M - Market	✓ السوق
P - Potentials	✓ الاحتمالات

كيف نقوم بالتقييم؟

- بناء ٤ قوائم للأسئلة RAMP Lists لتقييم العائد على الاستثمار، المزايا، السوق، الاحتمالات.
- ٢٥ تقدير كمي لكل قائمة، ١٠٠ تقدير كلي للفرصة كما في الجدول التالي.

RAMP	Marks
R - Return on investment	25
A - Advantages	25
M - Market	25
P - Potential	25

العائد على الاستثمار R

- هل الإيرادات أعلى بكثير من التكاليف؟ # ١٥
- كم طول مدة الاستثمار المطلوبة للوصول إلى نقطة التعادل؟ # ١٠

قيمة كلية: ٢٥

المزايا A

- ما الأصول التي نحوزها لتقديم الخدمة الجديدة: عضوية مجددة، حقوق امتياز، رخصة معتمدة؟ # ٨
- ما هي فرص تفعيل قنوات اتصال جديدة، لترويج الخدمات التوكيدية؟ # ٨
- هل يتطلب تدشين الخدمات أصولاً رأسمالية كبيرة؟ # ٩

قيمة كلية: ٢٥

السوق M

- ما حجم الإنفاق الكلي على الخدمات في أسواق مماثلة؟ وما هي مؤشرات النمو؟ # ٦
- ما الحاجة الكبيرة التي سنغطيها في سوق خدمات الثقة؟ # ٧
- من سنبيع لهم من مؤسسات ربحية وغير ربحية ودوائر حكومية؟ # ٦
- هل توجد مؤشرات كافية لإدراك القيمة السعرية للخدمات؟ # ٦

قيمة كلية: ٢٥

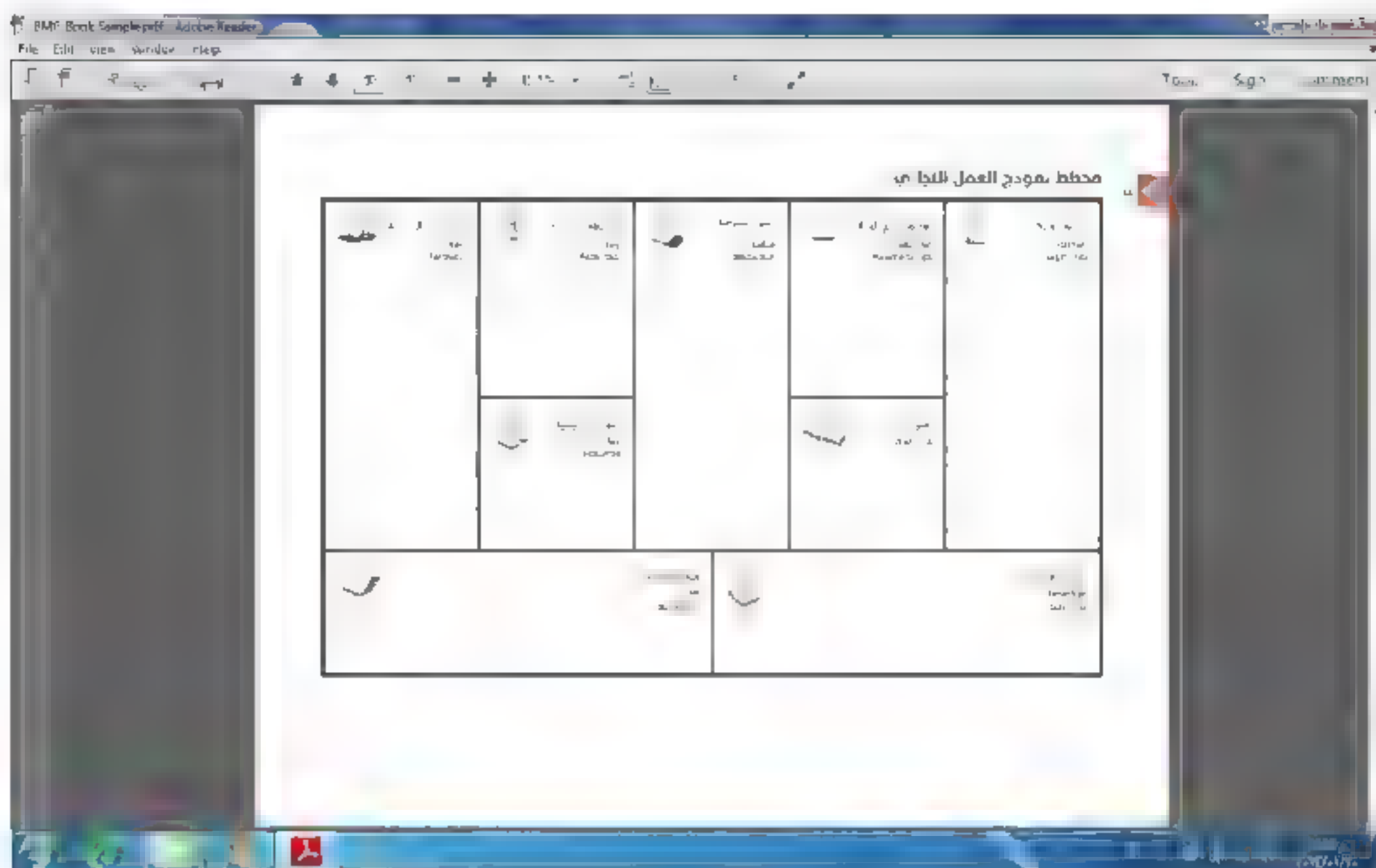
الاحتمالات P

- ما هي فرص تسريع النمو المتاحة؟ # ٨
- هل تساعدنا الخدمات الجديدة للوصول لهدف إستراتيجي لشركتنا؟ # ٨
- هل السوق جاهز الآن للخدمات التوكيدية؟ # ٦
- ما هي إمكانية تطبيقها على سلسلة ممتدة من المنتجات والخدمات؟ # ٣

قيمة كلية: ٢٥

كيف نقرر بناء على النتيجة؟

- إذا حصلنا على قيمة كلية إيجابية ننتقل إلى نقطة متقدمة في دورة الاستثمار لتحويل الخدمات التوكيدية من فرصة إلى منتج قابل للتطبيق والنمو MVP.
- إذا حصلنا على قيمة كلية سلبية ننتقل بالفرصة إلى أرشيف النظام كرصيد لسيناريوهات وخطط بديلة.



ملحق (٢) : المقاييس والأدوات

إدارة الفرص المقاييس والأدوات والتقارير

١. معايير الفرصة: معايير الاستثمار، معايير التسويق، معايير الأداء.
٢. مقياس رامب RAMP لتقييم الفرص.
٣. خرائط الرصد.
٤. تقرير الراصد الدوري.
٥. تقرير تحليل الفرص.
٦. تقرير رامب RAMP لتقييم فرصة.
٧. مخطط نموذج العمل التجاري Business Model Canvas.
٨. مخطط المنتج Product Canvas.
٩. تقارير المتابعة لدورة إدارة الفرص MS Project Reports.

نبذة من المؤلفين

📌 محمد شلبي

اسمي محمد مصطفى عبد القادر شلبي استشاري متخصص في إدارة الفرص، ومؤلف كتاب «تحويل المشكلات إلى فرص».

تخرجت من جامعة الاسكندرية، وأكملت الدراسات العليا في تكنولوجيا التعليم. شاركت في العديد من المؤتمرات الدولية، وقمت مع فرق العمل بتطوير العديد من البرامج الاستشارية والتدريبية في موضوعات: ريادة الأعمال، نظم إدارة الفرص، حلول التسويق الجانبي. كما نشرت لى عدة بحوث في الابتكار الإداري. وسجلت ثلاث براءات اختراع لأدوات ونماذج الابتكار التطبيقي في قطاع الأعمال.

وهناك المزيد على:

www.linkedin.com/in/mmshalabi

➤ بدر البدر

اسمي بدر بن حمود بن عبدالعزيز البدر.

بدأت أكاديمياً، ثم انتقلت إلى عالم الأعمال، الذي وجدت فيه نفسي، أعمل الآن رئيساً تنفيذياً للشركة السعودية للفنادق والمنتجعات السياحية، وهي الشركة المساهمة العامة، التي تطور وتشغل المنشآت الفندقية والمجمعات السكنية بالسعودية.

توليت قبلها قيادة شركة سيسكو (الشركة العالمية المختصة في الشبكات والاتصالات)، وتوسعها في المملكة العربية السعودية، ثم قمت بتطوير أعمال الشركة في مجال المدن الذكية في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، وحزت في أثناء عملي جوائز أفضل مدير عام للمنطقة، وأفضل بيئة عمل.

كما شغلت قبلها منصب الرئيس التنفيذي لشركة أول نت (جزء من شركة الاتصالات السعودية STC - حالياً)، وقبلها أيضاً منصب الرئيس التنفيذي لشركة العالمية للاتصالات والإنترنت.

بدأت مشواري الجامعي في جامعة الملك فهد للبترول والمعادن بالظهران، وتخرجت بدرجة البكالوريوس في علوم الحاسب بمرتبة الشرف الأولى، ثم حصلت على درجة الدكتوراه من جامعة واشنطن (سياتل - الولايات المتحدة). وشاركت بعدة دورات وبرامج قيادية في جامعات مثل: اوكسفورد، و كورنيل، وجورج واشنطن.